

UNIVERSITATEA **TITU MAIORESCU** DIN BUCUREȘTI
 FACULTATEA DE ȘTIINȚELE COMUNICĂRII ȘI RELAȚII INTERNAȚIONALE
 DOMENIUL DE MASTER ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
 PROGRAMUL DE STUDII COMUNICARE INSTITUȚIONALĂ ȘI MANAGEMENT
 ORGANIZAȚIONAL
 FORMA DE ÎNVĂȚĂMÎNT: IF

APROBAI

RECTOR,

DURATA STUDIILOR 2 ani
 SERIA 2025-2027
 ANUL DE STUDII I

Prof. univ. dr. Daniel COCHIOR

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÎNT
 pentru anul universitar 2025-2026

Nr. crt.	CODUL DISCIPLINEI	DISCIPLINA	TIPUL DISCIPLINE I	NR. ORE/SĂPTĂMÂNĂ ȘI NR. CREDITE						Forma de verificare	Observații
				Semestrul 1			Semestrul 2				
				C	L/S	Cr.	C	L/S	Cr.		
I		DISCIPLINE OBLIGATORII									
1	CIMO 1101	Teoria comunicării organizaționale	DS	2	1	7	-	-	-	E1	
2	CIMO 1102	Management organizațional	DS	2	1	5	-	-	-	E1	
3	CIMO 1103	Etică și integritate academică	DS	1	1	3				V1	
4	CIMO 1104	Comunicare instituțională și leadership	DA	2	1	6	-	-	-	E1	
5	CIMO 1105	Managementul comunicării în organizații	DA	2	1	6				E1	
6	CIMO 1106	Practica de specialitate	DA		2	3	-	-	-	V1	
7	CIMO 1207	Managementul calității în organizații	DS	-	-	-	1	1	6	E2	
8	CIMO 1208	Comunicare și consiliere în carieră	DA	-	-	-	2	1	6	E2	
9	CIMO 1209	Multimedia în comunicarea instituțională	DA	-	-	-	1	1	6	E2	
10	CIMO 1210	Strategii de comunicare interactivă	DA	-	-	-	1	1	6	E2	
11	CIMO 1211	Practica de specialitate	DA	-	-	-		2	3	E2	
II		DISCIPLINE OPȚIONALE									
12	CIMO 1212	Etică și deontologie managerială	DA	-	-	-	2	1	3	E2 Se alege o disciplină din pachet	
13	CIMO 1213	Management financiar	DA								
TOTAL ORE ȘI CREDITE				9	7	30	7	7	30		
TOTAL ORE/SEMESTRU*				126	98		98	98			
				E = 5	V = 1		E = 6	V = 1			
III		DISCIPLINE FACULTATIVE									
14	CIMO 1214	Protecția datelor cu caracter personal	DA	1	1	3				V1	
15	CIMO 1215	Legislația privind comunicarea în mediul online	DA				1	1	3	V2	



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Titu Maiorescu” din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
1.3. Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de masterat
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
1.7. Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	TEORIA COMUNICĂRII ORGANIZAȚIONALE				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. George David				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Gabriela Popescu				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DS

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					55
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					3
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					133
3.8. Total ore pe semestru					175
3.9. Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină anterioară nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat masteranzilor din anul I CIMO.



5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, whiteboard Platforma Teams, alte resurse online
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector, whiteboard Platforma Teams, alte resurse online

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei): - cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice comunicării organizaționale.
	2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei): - explicarea modului de derulare a proceselor comunicaționale; - explicarea complexității și specificului comunicării în funcție de realitatea organizațională; - explicarea tipurilor și a componentelor proceselor de comunicare organizațională; - interpretarea caracteristicilor comunicării organizaționale; - interpretarea probabilităților de apariție a unor patologii comunicaționale și a impactului probabil al acestora; - interpretarea rolului mass-mediei în câmpul social și în funcționarea organizațiilor.
	3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare): - identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în funcționarea unei organizații; - stabilirea parametrilor unei comunicări organizaționale performante; - analiza proceselor comunicaționale din organizații; - asistență de specialitate în perfecționarea comunicării organizaționale și/sau în medierea conflictelor de comunicare.
	4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific/centrat pe valori și relații democratice/promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice/valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice/implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice/angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare/participarea la propria dezvoltare profesională): - manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific; - promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice; - valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice;



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	<ul style="list-style-type: none"> - implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice; - angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane/instituții cu responsabilități similare; - participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; - aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C1. Masterandul/absolventul va deține cunoștințe complexe, de natură teoretică și practică, ce îi oferă capacitatea de a dezvolta strategii, de a evalua și de a formula predicții asupra dinamicii proceselor de comunicare ce implică organizații, comunități, lideri sau branduri.</p> <p>C2. Masterandul/absolventul va acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p> <p>C3. Masterandul/absolventul va demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și a celor digitale.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A1. Masterandul/absolventul va deține aptitudini și abilități specifice managementului strategic, putând conduce structuri organizaționale complexe, inclusiv prin stabilirea strategiei de comunicare internă și externă, prin dezvoltarea de planuri de comunicare și de strategii mediatice, prin gestionarea riscurilor reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</p> <p>A2. Masterandul/absolventul va deține abilități de analiză critică a modelelor de comunicare organizațională, a structurilor de management al calității sau de management al resurselor și proceselor de comunicare, inclusiv tehnici și metode de lucru algoritmice, specifice noilor media.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	<p>R1. Masterandul/absolventul va aduce contribuții semnificative la procesele de inovare socială, la dezvoltarea comunităților profesionale și a organizațiilor în care este membru activ.</p>

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



8.1. Obiectivele generale ale disciplinei	Obiective generale ale cursului: <ul style="list-style-type: none"> - Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele caracteristice teoriei comunicării organizaționale; - Formarea deprinderilor practice de lucru în cadrul colectivelor destinate să gestioneze procesele comunicaționale în cadrul organizațiilor.
8.2. Obiective specifice	Obiective specifice ale cursului: <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea modului de manifestare și de identificare a diferitelor modalități de comunicare organizațională; - Formarea deprinderilor practice de bază în analiza și caracterizarea comunicării organizaționale; - Formarea deprinderilor manageriale de bază în utilizarea tehnicilor specifice comunicării organizaționale.

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
Organizațiile: identitate, imagine, reputație	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Procesul comunicării: noțiuni generale	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Comunicarea verbală	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Comunicarea nonverbală	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Bariere ale comunicării	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Organizațiile: noțiuni generale	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Comunicarea în organizații: actori ai comunicării, conținuturi, canale, consecințe	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Comunicarea ca proces social	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Comunicarea de masă	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Comunicarea publică	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Relațiile publice ca modalitate de comunicare organizațională	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Modalități de manipulare comunicațională, terapia acestora	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Noile tehnologii de comunicare	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Viitorul comunicării organizaționale	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Bibliografie: <ul style="list-style-type: none"> - David, G. (2003). <i>Relații publice – garanția succesului</i>. București: Oscar Print. - DeFleur, M. L.; Ball-Rokeach, S. (1999). <i>Teorii ale comunicării de masă</i>. Iași: Polirom. - McQuail, D. (1987). <i>Mass Communication Theory: An Introduction</i>. Beverly Hills, CA: Sage Publications Ltd. 		



<ul style="list-style-type: none"> - Roventă-Frumușani, D. (1999). <i>Semiotică, societate, cultură</i>. Iași: Institutul European. - Stănciugelu, I.; Tudor, R.; Tran, A.; Tran, V. (2014). <i>Teoria comunicării</i>. București: Tritonic. 		
9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
Rolul identității, imaginii și reputației în funcționarea performantă a unei organizații	Discuție privind conceptele de identitate, imagine și reputație, diferențele dintre ele	
Comunicarea – noțiuni generale. De ce este comunicarea un proces?	Brainstorming. Prezentări de cazuri	
Aplicații practice ale comunicării verbale și nonverbale în organizații	Lucru în echipe. Prezentări de cazuri	
Organizațiile și modalitățile de comunicare organizațională	Brainstorming. Prezentări de cazuri	
Influențele comunicării de masă asupra funcționării organizațiilor	Lucru în echipe. Prezentări de cazuri	
Aplicații ale relațiilor publice ca modalitate de comunicare organizațională	Lucru în echipe. Prezentări de cazuri	
Noile modalități de comunicare organizațională în mediul virtual și impactul acestora. Precizări despre examen	Discuții sintetice privind principalele consecințe ale comunicării organizaționale în mediul online	
Bibliografie: <ul style="list-style-type: none"> - Chelcea, S.; Ivan, L.; Chelcea, A. (2008). <i>Comunicarea nonverbală: gesturile și postura</i>, ediția a II-a revăzută și adăugită. București: comunicare.ro. - David, G. (2008). <i>Tehnici de relații publice</i>. Iași: Polirom. - Lohisse, J. (2002). <i>Comunicarea. De la transmitere mecanică la interacțiune</i>. Iași: Polirom. - Mucchielli, A. (2005). <i>Arta de a comunica</i>. Iași: Polirom. - Volkoff, V. (2007). <i>Dezinformarea văzută din est</i>. București: Pro Editură și Tipografie. 		

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

<ul style="list-style-type: none"> - Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional - Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu - Cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina <i>Teoria comunicării organizaționale</i>.

11. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
11.1. Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Examen scris cu itemi închiși și deschiși	75%



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Cața Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46. fax: 021 311 22 97. e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



11.2. Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la lucrările în echipă.	25%
---------------	---	---	-----

11.3. Standard minim de performanță:

Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei.

Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat.

Minimum nota 5 la seminar; prezentarea corectă a unui studiu de caz pe o tematică specifică domeniului studiat.

Minimum nota 5 la examen.

Data completării:

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Data avizării în departament:

24 septembrie 2025

Semnătura directorului de departament:



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea "Titu Maiorescu" din București
Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Master
Programul de studii/calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENT ORGANIZAȚIONAL				
Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Mihai Puiu				
Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Mihai Puiu				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DS

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

Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	48
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	8
Tutoriat	20
Examinări	2
Alte activități	-

Total ore studiu individual	83
Total ore pe semestru	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
Competențe	Cursul este destinat studenților din anul I master CIMO

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului		Sală de curs cu videoproiector, whiteboard
Desfășurare aplicații	Seminar	Sală de curs cu videoproiector, whiteboard
	Laborator	-
	Proiect	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Managementul organizației și al grupurilor organizaționale
Competențe transversale	CT2. Aplicarea eficientă a principiilor și a tehnicilor de conducere, de comunicare, de relaționare și antreprenoriale de la nivel organizațional sau de grup profesional, în condițiile asumării de roluri specifice diferitelor niveluri ierarhice

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale. C4. Masterandul/absolventul vor cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce le vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ.
7.2. Aptitudini	A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.
7.3. Responsabilitate și autonomie	R3. Masterandul/absolventul vor dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise. R4. Masterandul/absolventul vor deține capacitatea de a comunica eficient în mediul intern și extern al organizației și vor putea participa în echipe multidisciplinare de cercetare și management. R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale complexe.

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea principalelor concepte ale managementului modern al organizației, înțelegerea aprofundată a relațiilor de muncă în scopul obținerii performanței în organizație și a satisfacției profesionale a angajaților.
Obiectivele specifice	Înțelegerea rolului și locului individului în organizație Înțelegerea perspectivei organizației asupra performanței individuale și de grup Prezentarea principalelor concepte de comunicare organizațională Înțelegerea rolului culturii organizaționale și orientarea acesteia către performanță Cunoașterea stilurilor de conducere și utilizarea conceptelor de leadership

9. Conținuturi

9.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
C1. Introducere in managementul organizației. Principii și funcții manageriale	2		

C2. Individul în organizație. Atitudini și satisfacție profesională	2	<ul style="list-style-type: none"> - prelegerea – dezbateri - expunerea cu oponent - conversația euristică - lectura critică - lectura interpretativă 	
C3. Individul în organizație. Personalitate și valori	4		
C4. Individul în organizație. Percepții. Luarea deciziilor	4		
C5. Motivarea. Teorii ale motivării	4		
C6. Grupul. Comportamentul de grup. Munca în echipă	2		
C7. Comunicarea organizațională. Managementul conflictelor	2		
C8. Management intercultural. Influența culturilor naționale asupra stilurilor de management	2		
C9. Cultura organizațională	2		
C10. Sistemul organizațional. Structura organizațională. Capitalul uman în organizație. Managementul resurselor umane	2		
C11. Managementul schimbării și dezvoltare organizațională	2		
Bibliografie			
Bibu N. (2006). Management comparat. Abordarea interculturală, o abordare modernă (ed. a 4-a), Editura Mirton, Timișoara.			
Johns, G. (1998). Comportament organizațional. Editura Economică, București.			
Niculescu O. și Mihaș I. (coord.). Management organizațional. Ed. Pro Universitaria, București.			
Popescu D. I. (2013). Comportament organizațional. Editura ASE. București.			
Șchipoiu A. și Fortuna A. (2012). Comunicare în managementul organizației. Editura ASE, București.			
Sumedrea S. (2012). Managementul organizației. Editura ASE, București.			

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Prezentarea rolurilor manageriale. Studii de caz	2	<ul style="list-style-type: none"> - brainstorming –ul - problematizarea - studiul de caz - incidentul critic - exercițiul - activitatea cu fișe de lucru 	
Obținerea atitudinii orientate către performanță. Valorile individuale ale angajaților. Alinierea valorilor individuale la cele ale organizației	2		
Motivarea angajaților. Aplicarea teoriilor motivării prin studii de caz.	2		
Exerciții de stimulare a cooperării în cadrul echipei, bază pentru obținerea unor rezultate superioare	2		
Comunicarea în cadrul organizației. Dezbateri cu privire la bunele practici din organizații cunoscute. Managementul conflictelor. Simulare – rezolvarea unui conflict intern	2		
Cultura organizațională. Obținerea performanței prin transformarea culturii organizaționale	2		
Structuri organizaționale. Studii de caz -comparație mediul privat vs. mediul public. Managementul schimbării. Gestionarea rezistenței la schimbare.	2		
Bibliografie:			
Johns, G. (1998). Comportament organizațional. Editura Economică, București.			
Mihai,Puiu(2009) Smart Management. București: Editura Universității Titu Maiorescu.			
Niculescu O. și Mihaș I. (coord.). Management organizațional. Ed. Pro Universitaria, București.			
Popescu D. I. (2013). Comportament organizațional. Editura ASE. București.			
Șchipoiu A. și Fortuna A. (2012). Comunicare în managementul organizației. Editura ASE, București.			
Sumedrea S. (2012). Managementul organizației. Editura ASE, București.			

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

În vederea proiectării conținuturilor curriculare și a stabilirii strategiilor, s-a ținut seama de interesul ridicat pe care îl manifestă studenții/absolvenții altor facultăți/ universități pentru acest curs de master, precum și de feedback-ul pozitiv, primit în mod direct, de la cadrele didactice care au absolvit un curs privind *Comunicarea organizațională*.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> - participarea activă și creativă la curs; - utilizarea corectă și adecvată a termenilor de specialitate; - argumentarea științifică a răspunsurilor; - gradul de implicare în activități comune (de echipă). 	<ul style="list-style-type: none"> - analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul cursului; - examen scris; 	60%
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - participarea activă și conștientă la seminar; - utilizarea corectă și adecvată a termenilor de specialitate; - argumentarea științifică a răspunsurilor; - gradul de implicare în activități comune (de echipă); - respectarea termenului de predare; - respectarea temei/temelor pentru portofoliu; - gradul de originalitate a materialelor elaborate; - importanța și specificitatea materialelor elaborate pt. tema/temele portofoliului. 	<ul style="list-style-type: none"> - analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul seminarului; - portofoliul și analiza rezultatelor activității independente a studenților. 	40%
Laborator			-
Proiect			-

Standard minim de performanță:

Elaborarea și susținerea unui proiect constând într-un plan al unei campanii de comunicare în mediul organizațional.

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Prof. univ. dr. Puiu Mihai

Prof. univ. dr. Puiu Mihai

Data avizării în catedră:

Semnătura Directorului de Departament:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu din București
Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii/calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Corina Matei				
Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Corina Matei				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	V
Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DS

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

Număr de ore pe săptămână	3	Curs	1	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	14
Tutoriat	3
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	47
Total ore pe semestru	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe	
Desfășurare aplicații	Seminar	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe
	Laborator	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe
	Proiect	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Realizarea unor Cercetări trans-disciplinare și valorificarea rezultatelor în practica profesională
Competențe transversale	Autoevaluarea nevoii de formare socio-profesională, dezvoltarea și adaptarea competențelor profesionale la cerințele și la dinamica contextului profesional, social și european

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficiență a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale. C4. Masterandul/absolventul vor cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce le vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ. C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.
7.2. Aptitudini	A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.
7.3. Responsabilitate și autonomie	R3. Masterandul/absolventul vor dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise. R4. Masterandul/absolventul vor deține capacitatea de a comunica eficient în mediul intern și extern al organizației și vor putea participa în echipe multidisciplinare de cercetare și management. R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale complexe.

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	1. Crearea de competențe lingvistice, conceptuale, axiologice și metodologice în domeniul eticii; 2. Dezvoltarea capacității de operare cu diverse orientări teoretice și valorice din etică și filosofia moralei;
Obiectivele specifice	1. Dobândirea abilității de a distinge între situațiile concrete ale activității universitare, de a raționa asupra lor și de a reacționa potrivit deontologiei specifice. 2. Înțelegerea și internalizarea valorilor, rigorilor și specificului muncii universitare. 3. Formarea la masteranzi a competențelor de analiză și sinteză, de argumentare și deliberare argumentată asupra problemelor de etică.

9. Conținuturi

9.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Ethosul. Specificul și spațiul de articulare al eticii	2	- prelegere - prelegere interactivă - problematizare de teme - dezbateri	
2. Etica — noțiuni de bază și noțiuni conexe	2		
3. Etica normativă și metaetica; abordarea analitică	2		
4. Abordarea deontologistă și cea teleologistă în filosofia morală; binele și fericirea	2		
5. Asertivitate și comportament etic; codurile etice	2		
6. Activitatea universitară — cadru normativ; legislație	2		
7. Integritatea și responsabilitatea în mediul universitar -cazuistică; dezbateri pe marginea cauzisticii.	2		
Bibliografie			
1. Bălan, M. & Mureșan, V. (coord.) (2015), <i>Etica în știință, religie și societate</i> , București, Editura Universității din București;			
2. Borșun, Dumitru (2014), "Mercerized Communication between Manipulation and Ethics of Responsibility", în Constantineanu, C., Runcan, P., Runcan, R. (coord.). <i>Authority & Power of Christian Values</i> , București, Editura Didactică și Pedagogică, pp. 107-119;			
3. Bucci, Enrico (2015), <i>Cattivi scienziati. La frode nella ricerca scientifica</i> , Torino: add editore;			
4. Fromm, Erich (1993), <i>Texte alese</i> , București, Editura Politică;			
5. Frunză, Sandu, (2015), <i>Publicitatea și administrația publică sub presiunea eticii</i> , Iași, Lumen;			
6. Matei, Corina, <i>Morală, educație, comunicare în era focului rece / Morals, Education, Communication in the Age of Cold Fire</i> , ediție bilingvă, București, Tritonic, 2015			
7. Merrill, John C. (1997), <i>Journalism Ethics</i> , New York, St. Martin's Press;			
8. Miroiu, A. (coord.) (1995), <i>Etică aplicată</i> , București, Alerative;			
9. Morar, Vasile, (2011), <i>Morala elementară. Stări, praguri, virtuți</i> , București, Paideia;			
10. Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibea, T., Mureșan, V., Constantinescu, M. (2018), <i>Etică și integritate academică</i> , București, Editura Universității din București;			
11. Ștefan, Elena Emilia (2018), <i>Etică și integritate academică</i> , București, ProUniversitaria.			

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Contextualizare culturală a eticii ca ramură a filosofiei; tipuri de morale	2	- dezbateri - problematizare - studiu de caz - documentare cu fișe de studiu asupra unor teme și concepte	
2. Valori, idealuri, norme și principii morale	2		
3. Moravuri și valori în societatea românească	2		
4. Distanța normativ (evaluativ)/descriptiv	2		
5. Raționare și argumentare în domeniul eticii	2		
6. Conduita universitară asertivă; comisia de etică și codul etic	2		
7. Integritatea academică — de la teorie la practică	2		
Bibliografie:			
1. Almond, Brenda (1995), <i>Introducing Applied Ethics</i> ; Blackwell, Oxford;			
2. Boari, Vasile (2006), „Relevanța eticii în secolul XXI”, cuvânt înainte la Peter Singer (ed.), <i>Tratat de etică</i> , Iași, Polirom;			
3. Lazăr, Cornel (2011), <i>Axiologie. Curs universitar pentru facultățile cu profil umanist, altele decât cele de filosofie</i> , Sibiu, Psihomedica;			
4. Lichtenberg, Judith (2005), „Media Ethics”, în Frey, R.G. & Heath Wellman, C. (eds.) (2005), <i>A Companion to Applied Ethics</i> ; Blackwell, pp. 597-607;			
5. Lipovetsky, Gilles (1996), <i>Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice</i> ,			

București, Babel;

6. Macintyre Alasdair (1998), *Tratat de morală. După virtute*, București, Humanitas;

7. Matei, Corina Sorana (2011), The "Fugitive Truth" of Cultural Relativism, în *Cogito*, vol. III, nr. 5 / March, pp. 51-57, București, ProUniversitaria;

8. Mureșan, Valentin (ed.) (1995), *Valorile și adevărul moral*, București, Alternative

9. Rachels, James (2000), *Introducere în etică*, București, Punct;

10. Williams, Bernard (1993), *Introducere în etică*, București, Editura Alternative.

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

- În vederea proiectării conținuturilor curriculare și a stabilirii strategiilor, s-a ținut seama de reacția pozitivă, primită în mod direct, de la cadrele didactice care au absolvit un curs de *Etică și integritate academică*, precum și de interesul ridicat pe care îl manifestă studenții/absolvenții altor facultăți/universități pentru acest curs de masterat;
- disciplina este elaborată pe baza unor cursuri și materiale de cercetare în domeniu recunoscute pe plan național și internațional;
- majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și al seminarului se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu;
- cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none">- asimilarea cunoștințelor de bază;- discurs argumentativ;- ascultare activă;- interactivitate;- asimilarea limbajului de specialitate.	<ul style="list-style-type: none">- analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul cursului;- examen prin test scris;	60%
Seminar	<ul style="list-style-type: none">- participarea pertinentă la îndeplinirea sarcinilor de seminar;- elaborarea corespunzătoare, în mod individual sau în echipă, a lucrărilor de seminar;- utilizarea corectă a limbajului de specialitate;- discurs argumentativ;- respectarea regulilor polemicii academice;- gradul de informativitate al lucrărilor de seminar;- gradul de originalitate al lucrărilor de seminar.	<ul style="list-style-type: none">- analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul seminarului;- analiza rezultatelor activității independente sau în echipe a studenților.	40%
Laborator	-	-	-
Proiect	-	-	-

Standard minim de performanță:

Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei;
abilitatea de a utiliza corect limbajul de specialitate;
minimum nota 5 la seminar;

elaborarea corectă a unei lucrări pe o tematică specifică domeniului studiat.

Data completării:
de seminar

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului

Septembrie 2025

Conf. univ. dr. Corina Matei

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025

|



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
1.3. Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
1.7. Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumire a disciplinei	COMUNICARE INSTITUȚIONALĂ ȘI LEADERSHIP				
Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Sorin Ivan				
Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Sorin Ivan				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					108 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					108
3.8. Total ore pe semestru					42
3.9. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul.
--------------------	----------------



4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul I Comunicare Instituțională și Management Organizațional.
--------------------	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, whiteboard
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector, whiteboard

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei):</p> <ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice domeniului comunicării și consilierii în carieră - cunoașterea principalelor repere teoretice legate de comunicare și consiliere - dezvoltarea de abilități de problematizare, analiză și argumentare asupra contextelor de comunicare organizațională și profesională, ce implică și strategii de leadership
	<p>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei):</p> <ul style="list-style-type: none"> - explicarea funcțiilor consilierii în carieră - explicarea principalelor obiective ale comunicării și consilierii în carieră (asigurarea coerenței planului de dezvoltare profesională, crearea de valori personale, asigurarea de circuite de comunicare funcționale și flexibile în diferite contexte profesionale) - explicarea principalelor strategii de consiliere în carieră și a toolbox-ului contemporan de instrumente de consiliere
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare):</p> <ul style="list-style-type: none"> - identificarea și înțelegerea principalelor bariere în comunicarea profesională și în consiliere - analiza proceselor de consiliere și orientare în carieră prin prisma unor teorii clasice și contemporane
	<p>4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională):</p> <ul style="list-style-type: none"> - manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific; - promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice; - valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice; - implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	<p>științifice;</p> <ul style="list-style-type: none"> - angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare; - participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; - aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C1. Masterandul/absolventul vor deține cunoștințe complexe, de natură teoretică și practică, ce le oferă capacitatea de a dezvolta strategii, de a evalua și de a formula predicții asupra dinamicii proceselor de comunicare ce implică organizații, comunități, lideri sau branduri.</p> <p>C2. Masterandul /absolventul vor acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p> <p>C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale.</p> <p>C4. Masterandul/absolventul vor cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce le vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ.</p> <p>C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A1. Masterandul/absolventul vor deține aptitudini și abilități specifice managementului strategic, putând conduce structuri organizaționale complexe, inclusiv prin stabilirea strategiei de comunicare internă și externă, prin dezvoltarea de planuri de comunicare și de strategii mediatice, prin gestionarea riscurilor reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</p> <p>A2. Masterandul/absolventul vor deține abilități de analiză critică a modelelor de comunicare organizațională, a structurilor de management al calității sau de management al resurselor și proceselor de comunicare, inclusiv tehnici și metode de lucru algoritmice, specifice noilor media.</p> <p>A3. Masterandul/absolventul vor avea capacitatea de a integra cunoștințe interdisciplinare, pentru a crea materiale de relații publice ce răspund provocărilor paradigmei digitale.</p> <p>A4. Masterandul/absolventul vor cunoaște strategii de analiză a informațiilor, tehnici de documentare științifică și profesională și vor putea realiza rapoarte de cercetare, rapoarte de analiză a domeniului profesional sau alte documente specifice.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	<p>R1. Masterandul/absolventul vor aduce contribuții semnificative la procesele de inovare socială, la dezvoltarea comunităților profesionale și a organizațiilor în care sunt membrii activi.</p> <p>R2. Masterandul /absolventul vor putea opera eficient cu termeni și concepte</p>



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	<p>specifice domeniului Științe ale comunicării, pentru a dezvolta noi abordări, metode de cercetare sau producție, inclusiv prin promovarea inovării.</p> <p>R3. Masterandul/absolventul vor dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise.</p> <p>R4. Masterandul/absolventul vor deține capacitatea de a comunica eficient în mediul intern și extern al organizației și vor putea participa în echipe multidisciplinare de cercetare și management.</p>
--	---

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

8.1. Obiectivele generale ale disciplinei	<p>Obiective generale ale cursului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Familiarizarea studenților cu principalele instrumente, tehnici și strategii ale comunicării și consilierii în carieră - Formarea deprinderilor practice de orientare în carieră, în cadrul organizațiilor și companiilor
8.2. Obiective specifice	<p>Obiective specifice ale cursului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea strategiilor de consiliere și comunicare în carieră, pentru dezvoltarea continuă a oportunităților de formare profesională - Formarea deprinderilor practice de elaborare a unor planuri de dezvoltare a carierei

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
Fundamentele leadershipului. Definiții și evoluție istorică	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Public speaking și leadership	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Leadership modern și competitiv. Repere ale comunicării digitale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Leadership și instrumente de diagnoză a personalității	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Rolul leadershipului în managementul comunicării organizaționale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
O istorie a leadershipului. De la epoca lui Pericle la leadershipul digital	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Pregătirea proiectului de dezvoltare personală – o viziune din perspectiva culturii contemporane	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Leadership și formare continuă. Strategii și tactici	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în	2 ore



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	fața studenților	
Rolul liderului în crizele de comunicare și imagine. Studii de caz	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Leadership și comunicare mediatică. Teoria ferestrelor de oportunitate	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Modele de leadership și tradiții culturale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Comunicare interculturală și leadership în lumea contemporană	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Crearea brandului de lider	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Recapitularea principalelor noțiuni	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore

Bibliografie:

Chemers, M. (1997). *An integrative theory of leadership*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Deering, Anne; Dilts, Robert; Russell, Julian (2008) *Alpha leadership : ghid pentru liderii care își doresc mai mult*, București, Editura Amaltea.

Grint, Keith (2005). *Leadership: Limits and Possibilities*. London: Palgrave.

Ivan, Sorin (2022). *Culture and communication in the “global village”*, Conferința Internațională Educație și Creativitate pentru o Societate Bazată pe Cunoaștere – Științe sociale, politice și umaniste, Universitate Titu Maiorescu.

Ivan, Sorin (2014). *The Challenge of the New Humanism*, Editura Universitară.

Ivan, Sorin (2014). *The Googleberg Galaxy and the Making of Digital Man. Towards a New Paradigm of Existence, Communication, Culture and Knowledge*. Revista Transilvania.

Western, Simon (2013). *Leadership: A critical text*. London: Sage.

Mucchielli, Alex (2008) *Comunicarea în institutii și organizații*, Iași, Polirom.

Nicolescu, Ovidiu; Verboncu, Ion (2001) *Fundamentele managementului organizației : elemente introductive, strategia organizației, managementul resurselor umane, cultura organizaționala, manageri și leadership*, București, Tribuna Economică.

Rădulescu, Corina (2015) *Imaginea institutiei publice*, București, Editura Universitară.

Raymond, Walter John (1992). *Dictionary of Politics: Selected American and Foreign Political and Legal Terms*. Brunswick Publishing Corp.

https://books.google.ro/books?id=1dtn0olA8PcC&dq=dictionary+of+politics&pg=PA276&redir_esc=y#v=onepage&q=dictionary%20of%20politics&f=false

Zlate, Mielu (2004) *Leadership și management*, Iași, Polirom.

9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Fundamentele leadershipului. Definiții și evoluție istorică	Dezbateri	1 oră
Public speaking și leadership	Dezbateri	1 oră
Leadership modern și competitiv. Repere ale comunicării digitale	Dezbateri	1 oră
Leadership și instrumente de diagnoză a personalității	Dezbateri	1 oră



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



Rolul leadershipului în managementul comunicării organizaționale	Dezbateri	1 oră
O istorie a leadershipului. De la epoca lui Pericle la leadershipul digital	Dezbateri	1 oră
Pregătirea proiectului de dezvoltare personală – o viziune din perspectiva culturii contemporane	Dezbateri	1 oră
Leadership și formare continuă. Strategii și tactici	Dezbateri	1 oră
Rolul liderului în crizele de comunicare și imagine. Studii de caz	Dezbateri	1 oră
Leadership și comunicare mediatică. Teoria ferestrelor de oportunitate	Dezbateri	1 oră
Modele de leadership și tradiții culturale	Dezbateri	1 oră
Comunicare interculturală și leadership în lumea contemporană	Dezbateri	1 oră
Crearea brandului de lider	Dezbateri	1 oră
Recapitularea principalelor noțiuni	Dezbateri	1 oră

Bibliografie

Chemers, M. (1997). *An integrative theory of leadership*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
 Deering, Anne; Dilts, Robert; Russell, Julian (2008) *Alpha leadership : ghid pentru liderii care își doresc mai mult*, București, Editura Amaltea.
 Grint, Keith (2005). *Leadership: Limits and Possibilities*. London: Palgrave.
 Ivan, Sorin (2014). *The Challenge of the New Humanism*, Editura Universitară.
 Ivan, Sorin (2014). *The Googleberg Galaxy and the Making of Digital Man. Towards a New Paradigm of Existence, Communication, Culture and Knowledge*. Revista Transilvania.
 Western, Simon (2013). *Leadership: A critical text*. London: Sage.
 Mucchielli, Alex (2008) *Comunicarea în institutii și organizații*, Iași, Polirom.
 Nicolescu, Ovidiu; Verboncu, Ion (2001) *Fundamentele managementului organizației : elemente introductive, strategia organizației, managementul resurselor umane, cultura organizațională, manageri și leadership*, București, Tribuna Economică.
 Rădulescu, Corina (2015) *Imaginea institutiei publice*, București, Editura Universitară.
 Raymond, Walter John (1992). *Dictionary of Politics: Selected American and Foreign Political and Legal Terms*. Brunswick Publishing Corp.
https://books.google.ro/books?id=1dtn0olA8PcC&dq=dictionary+of+politics&pg=PA276&redir_esc=y#v=onepage&q=dictionary%20of%20politics&f=false
 Zlate, Mielu (2004) *Leadership și management*, Iași, Polirom

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu

11. Evaluare



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Realizare proiect de cercetare pe o temă relevantă	75%
10.5. Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la lucrările în echipă.	25%
10.6. Standard minim de performanță:			
Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei. Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat. Minimum nota 5 la seminar; prezentarea corectă a unui studiu de caz pe o tematică specifică domeniului studiat. Minimum nota 5 la examen.			

Data completării:
seminar

Septembrie 2025

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Titu Maiorescu” București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
1.3. Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de masterat
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
1.7. Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL COMUNICĂRII ÎN ORGANIZAȚII				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. George David				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Gabriela Popescu				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					3
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					108
3.8. Total ore pe semestru					150
3.9. Numărul de credite					6

4. Preconții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină anterioară nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat masteranzilor din anul I CIMO.



5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, whiteboard Platforma Teams, alte resurse online
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector, whiteboard Platforma Teams, alte resurse online

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei): <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice comunicării organizaționale și managementului acesteia.
	2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei): <ul style="list-style-type: none">- explicarea modului de derulare a proceselor manageriale într-o organizație;- explicarea complexității și specificului managementului comunicării în funcție de realitatea organizațională;- explicarea tipurilor și a componentelor proceselor de comunicare organizațională și a modalităților de management al acestora;- interpretarea caracteristicilor comunicării organizaționale;- interpretarea probabilităților de apariție a unor patologii comunicaționale și a impactului probabil al acestora.
	3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare): <ul style="list-style-type: none">- identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de management al comunicării în funcționarea unei organizații;- planificarea unei comunicări organizaționale performante;- analiza proceselor comunicaționale din organizații ca instrument managerial;- asistență de specialitate în perfecționarea managementului comunicării organizaționale.
	4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific/centrat pe valori și relații democratice/promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice/valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice/implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice/angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare/participarea la propria dezvoltare profesională): <ul style="list-style-type: none">- manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific;- promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice;- valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice;- implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice;- angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane/instituții cu responsabilități similare;



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	<ul style="list-style-type: none"> - participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; - aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C2. Masterandul/absolventul va acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p> <p>C3. Masterandul/absolventul va demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale.</p> <p>C4. Masterandul/absolventul va cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce îi vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A3. Masterandul/absolventul va avea capacitatea de a integra cunoștințe interdisciplinare, pentru a crea materiale de relații publice ce răspund provocărilor paradigmei digitale.</p> <p>A4. Masterandul/absolventul va cunoaște strategii de analiză a informațiilor, tehnici de documentare științifică și profesională și va putea realiza rapoarte de cercetare, rapoarte de analiză a domeniului profesional sau alte documente specifice.</p> <p>A5. Masterandul/absolventul va dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și va putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	<p>R2. Masterandul/absolventul va putea opera eficient cu termeni și concepte specifice domeniului Științe ale comunicării, pentru a dezvolta noi abordări, metode de cercetare sau producție, inclusiv prin promovarea inovării.</p> <p>R3. Masterandul/absolventul va dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise.</p> <p>R4. Masterandul/absolventul va deține capacitatea de a comunica eficient în mediul intern și extern al organizației și va putea participa în echipe multidisciplinare de cercetare și management.</p>

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

8.1. Obiectivele generale ale disciplinei	<p>Obiective generale ale cursului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele caracteristice managementului comunicării organizaționale; - Formarea deprinderilor practice de lucru în cadrul colectivelor destinate să gestioneze procesele comunicaționale în cadrul organizațiilor.
---	--



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



8.2. Obiective specifice	Obiective specifice ale cursului: <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea modului de manifestare și de identificare a diferitelor modalități de management al comunicării organizaționale; - Formarea deprinderilor practice de bază în managementul comunicării organizaționale; - Formarea deprinderilor manageriale de bază în utilizarea tehnicilor specifice comunicării organizaționale.
--------------------------	---

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
Management: noțiuni și principii generale (I)	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Management: noțiuni și principii generale (II)	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Management și leadership	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Stakeholders: publicurile cu care trebuie să comunice o organizație. Importanța comunicării cu stakeholders	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării și comunicare managerială	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Rolul persuasiunii în comunicarea organizațională	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Rolul planificării în comunicarea organizațională. Planuri de comunicare	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării interne în organizații	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării cu comunitatea locală a unei organizații	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării cu mass-media	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării în procesele de negociere	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării în cazul conflictelor organizaționale	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Managementul comunicării de criză organizațională – noțiuni generale	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Noile tehnologii de comunicare și influența lor asupra managementului comunicării organizaționale	Prezentarea interactivă a cursului față-în-față/online	
Bibliografie: <ul style="list-style-type: none"> - Callender, G. (2009). <i>Efficiency and Management</i>. New York: Routledge. - Chiciudean, I.; David, G. (2011). <i>Managementul comunicării în situații de criză</i>. București: comunicare.ro. - Dumitrescu, M. (2000). <i>Management performant</i>. București: Editura Fundației „România de Mâine”. - Srisamesh, K.; Zerfass, A.; Kim, J.-N. (2013). <i>Public Relations and Communication Management</i>. New York: Routledge. - Zlate, M. (2004). <i>Leadership și management</i>. Iași: Polirom. 		
9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



Precizări introductive privind desfășurarea și obiectivele cursului. Noțiuni de bază despre management	Discuție	
Stakeholders: aplicații pe cazuri ale unor organizații concrete	Brainstorming. Prezentări de cazuri	
Studii de caz privind diferențele dintre management și leadership	Lucru în echipe. Prezentări de cazuri	
Planificarea activităților de comunicare organizațională – aspecte practice.	Brainstorming. Prezentări de cazuri	
Comunicarea internă -aspecte practice	Lucru în echipe. Prezentări de cazuri	
Comunicarea cu mass-media – aspecte practice	Lucru în echipe. Prezentări de cazuri	
Noile modalități de comunicare organizațională în mediul virtual și impactul acestora. Precizări despre examen	Discuții sintetice privind principalele consecințe ale comunicării organizaționale în mediul online	
Bibliografie:		
<ul style="list-style-type: none"> - Bush, T. (2016). <i>Leadership și management educațional</i>. Iași: Polirom. - Gherguț, A. (2016). <i>Management general și strategic în educație</i>. Iași: Polirom. - Klikauer, T. (2007). <i>Communication and Management at Work</i>. New York: Palgrave and Macmillan. - Lucia, L.; Epure, P. (2012). <i>Managementul comunicării organizaționale – studii de caz</i>. Timișoara: Brumar. - Pugh, D.S.; Dickson, D.J. (1989). <i>Managementul organizațiilor</i>. București: Codecs. 		

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

<ul style="list-style-type: none"> - Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional - Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu - Cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina <i>Managementul comunicării în organizații</i>.
--

11. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Examen scris cu itemi închiși și deschiși	75%
10.5. Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la lucrările în echipă.	25%

12. Standard minim de performanță:



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei.
Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat.
Minimum nota 5 la seminar; prezentarea corectă a unui studiu de caz pe o tematică specifică domeniului studiat.
Minimum nota 5 la examen.

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Conf. univ. dr. George David

Data avizării în departament:

Semnătura directorului de departament:

24 septembrie 2025



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Titu Maiorescu” din București
Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Studii universitare de masterat
Programul de studii/calificarea	Comunicare instituțională și management organizațional
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE				
Titularul activităților de curs					
Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Crînguța Irina Pelea				
Anul de studiu	I	Semestrul	I	Tipul de evaluare	V
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

Număr de ore pe săptămână	Curs	-	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	Curs	-	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	28
Tutoriat	2
Examinări	4
Alte activități:	

Total ore studiu individual	50
Total ore pe semestru	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	-	
Desfășurare aplicații	Seminar	-
	Laborator	-
	Proiect	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Managementul carierei, dezvoltarea continuă a competențelor profesionale și personale și a performanței instituționale.
Competențe transversale	Autoevaluarea nevoii de formare socio-profesională, dezvoltarea și adaptarea competențelor profesionale la cerințele și la dinamica contextului profesional, social și european.

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C1. Masterandul/absolventul vor deține cunoștințe complexe, de natură teoretică și practică, ce le oferă capacitatea de a dezvolta strategii, de a evalua și de a formula predicții asupra dinamicii proceselor de comunicare ce implică organizații, comunități, lideri sau branduri.</p> <p>C2. Masterandul /absolventul vor acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p> <p>C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale.</p> <p>C4. Masterandul/absolventul vor cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce le vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ.</p> <p>C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A1. Masterandul/absolventul vor deține aptitudini și abilități specifice managementului strategic, putând conduce structuri organizaționale complexe, inclusiv prin stabilirea strategiei de comunicare internă și externă, prin dezvoltarea de planuri de comunicare și de strategii mediatice, prin gestionarea riscurilor reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</p> <p>A2. Masterandul/absolventul vor deține abilități de analiză critică a modelelor de comunicare organizațională, a structurilor de management al calității sau de management al resurselor și proceselor de comunicare, inclusiv tehnici și metode de lucru algoritmice, specifice noilor media.</p> <p>A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale complexe.

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	<p>Practica de specialitate are scopul de a-i ajuta pe masteranzi în dobândirea abilităților aplicative a cunoștințelor obținute la cursurile de specialitate precum: „Comunicare instituțională și leadership”, „Managementul comunicării în organizații” sau „Etica și integritate academică”.</p> <p>Astfel, aceștia vor intra în contact cu problemele care vizează managementul comunicării în diverse organizații, fundamentarea procesului de leadership și aplicarea diverselor teorii ale</p>
-----------------------------------	--

	comunicării instituționale.
Obiectivele specifice	OS1. Conștientizarea relației dintre management organizațional-etica managementului-leadership, a rolului individului în cadrul procesului de comunicare instituțională. OS2. Aplicarea cunoștințelor acumulate la disciplinele „Comunicare instituțională și leadership”, „Managementul comunicării în organizații”, „Management organizațional” sau „Etica și integritate academică”. OS3. Formarea capacității de rezolvare a aspectelor generale, practice privind domeniul vast al managementului organizațional. OS4. Dezvoltarea capacității de a lucra în cadrul unei echipe și exersarea aptitudinilor de leader. OS5. Elaborarea și gestionarea unor proiecte de nivel minim ca dificultate și înțelegerea importanței respectării principiilor etice fundamentale în cadrul comunicării organizaționale.

9. Conținuturi

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect) Teme Orientative de practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Sisteme de management și modele de leadership în relațiile publice Managerul și rolul său în cadrul companiei	4	Stagii De Practică În Instituții Și Organizații - brainstorming –ul - problematizarea - studiul de caz - incidentul critic - exercițiul - activitatea cu fișe de lucru - conversația euristică - dezbateră - problematizarea	
Sistemul decizional al organizației. Modele și abordări	4		
Exigențe actuale și cerințe de ordin etic privind managementul organizațional	4		
Influențele mediului global asupra organizației și managementului acesteia.	10		
Antreprenorul, managerul și liderul în comunicarea instituțională	4		
Metode și tehnici specifice de management. Metode și tehnici specifice de comunicare în organizație. Eficientizarea comunicării instituționale în cadrul organizației.	2		
Bibliografie:			
<ul style="list-style-type: none"> • Cole G.A. <i>Managementul personalului</i>, Editura Codecs, București, 2000. • Edwards, L., Hodges, Caroline E. M., <i>Public Relations, Society & Culture: Theoretical and Empirical Explorations</i>, Taylor & Francis, 2011. • Goleman D. <i>-Inteligența emoțională, cheia succesului în viață</i>, Editura Alfa, 2004. • Gruning, J.E., <i>Public Relations and Communication Management</i>, Routledge, 2013. • Johnston, J., <i>Public Relations: Theory and Practice</i>, Routledge, 2020. • Nicolescu, O.; Verboncu, I., <i>Fundamentele managementului organizației</i>, Editura Tribuna Economică, București, 2002. • Nicolescu, O. (coord.), <i>Sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației</i>, Editura Economică, București, 2007. • Stein J.S., Book E. H. <i>Forța inteligenței emoționale</i>, Editura Alfa, 2003. • Usachi, I. <i>Management</i>, Editura ASE, București, 2001. • Wright, D.K., Drifka, M.D., <i>Tracking How Social and Other Digital Media are Being Used in Public Relations Practice: A Twelve-Year Study</i>, Public Relations Journal, Vol. 11, Issue 1 (June 2017), Institute for Public Relations, 2017. • Verboncu I. <i>-Strategie-cultură –performanță</i>, Editura Printech, București 2008. 			

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

I. Aptitudini profesionale/practice

Vor fi exersate cu precădere următoarele capacități.

Capacitatea de a:

- interpreta fidel starea generală a managementul organizației.
- deveni un profesionist în managementul organizației;
- gestiona relații de comunicare instituțională;
- pune în practică cunoștințele asimilate privind principiile etice în cadrul activității de management al organizației și comunicării instituționale;
- înțelege, și exersa trăsăturile unui lider de organizație, prin planificarea, coordonarea, antrenarea resursei umane.

II. Deprinderi transferabile

Capacitatea de a:

- sesiza eventualele erori care pot influența calitatea comunicării în cadrul echipei;
- participa la elaborarea strategiei de management durabil și productiv a firmei;
- lucra eficient în echipe.

11 Evaluare			
Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	-	-	-
Seminar	- Verificarea cunoștințelor practice pe baza referatului de practică întocmit de masterandul anului I.	Colocviu	50%
	- Întocmire proiect de practică	Note proiect practică	50%
Laborator	-	-	-
Proiect	-	-	-

Standard minim de performanță:

- însușirea modului de elaborare și gestionare a strategiilor generale de management organizaționale;
- utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de comunicare instituțională, într-un cadru etic, precum și pe cele manageriale moderne, aplicabile atât la nivel național, cât și internațional.

Data
completării
2025

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ. dr. Cringuta Irina Pelea

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea "Titu Maiorescu" din București
Facultatea	Științele Educației Comunicării și Relații Internaționale
Departamentul	Comunicare, Relații publice și Limbi străine
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Master
Programul de studii/calificarea	Comunicare instituțională și management organizațional
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL CALITĂȚII ÎN ORGANIZAȚII				
Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Mihai Puiu				
Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Mihai Puiu				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DS

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

Număr de ore pe săptămână	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	30
Tutoriat	10
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	122
Total ore pe semestru	150
Numărul de credite	6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului		- videoprojector, acces Internet, flipchart planșe
Desfășurare aplicații	Seminar	- videoprojector, acces Internet, flipchart planșe
	Laborator	- videoprojector, acces Internet, flipchart planșe
	Proiect	- videoprojector, acces Internet, flipchart planșe

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Managementul organizației și al grupurilor organizaționale Managementul programelor și proiectelor organizaționale
Competențe transversale	Aplicarea eficientă a principiilor și a tehnicilor de conducere, de comunicare, de relaționare și antreprenoriale de la nivel organizațional sau de grup profesional, în condițiile asumării de roluri specifice diferitelor niveluri ierarhice

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C1. Masterandul/absolventul vor deține cunoștințe complexe, de natură teoretică și practică, ce le oferă capacitatea de a dezvolta strategii, de a evalua și de a formula predicții asupra dinamicii proceselor de comunicare ce implică organizații, comunități, lideri sau branduri.</p> <p>C2. Masterandul /absolventul vor acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p> <p>C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale.</p> <p>C4. Masterandul/absolventul vor cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce le vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ.</p> <p>C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A1. Masterandul/absolventul vor deține aptitudini și abilități specifice managementului strategic, putând conduce structuri organizaționale complexe, inclusiv prin stabilirea strategiei de comunicare internă și externă, prin dezvoltarea de planuri de comunicare și de strategii mediatice, prin gestionarea riscurilor reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</p> <p>A2. Masterandul/absolventul vor deține abilități de analiză critică a modelelor de comunicare organizațională, a structurilor de management al calității sau de management al resurselor și proceselor de comunicare, inclusiv tehnici și metode de lucru algoritmice, specifice noilor media.</p> <p>A3. Masterandul/absolventul vor avea capacitatea de a integra cunoștințe interdisciplinare, pentru a crea materiale de relații publice ce răspund provocărilor paradigmei digitale.</p> <p>A4. Masterandul/absolventul vor cunoaște strategii de analiză a informațiilor, tehnici de documentare științifică și profesională și vor putea realiza rapoarte de cercetare, rapoarte de analiză a domeniului profesional sau alte documente specifice.</p> <p>A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	<p>R1. Masterandul/absolventul vor aduce contribuții semnificative la procesele de inovare socială, la dezvoltarea comunităților profesionale și a organizațiilor în care sunt membrii activi.</p> <p>R2. Masterandul /absolventul vor putea opera eficient cu termeni și concepte</p>

	<p>specifice domeniului Științe ale comunicării, pentru a dezvolta noi abordări, metode de cercetare sau producție, inclusiv prin promovarea inovării.</p> <p>R3. Masterandul/absolventul vor dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise.</p> <p>R4. Masterandul/absolventul vor deține capacitatea de a comunica eficient în mediul intern și extern al organizației și vor putea participa în echipe multidisciplinare de cercetare și management.</p> <p>R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale complexe.</p>
--	---

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți într-o manieră riguroasă și sistematică a conceptelor de management al calității, a instrumentelor și metodelor de cunoaștere și analiză utilizate în teoria și practica managerială. Înțelegerea proceselor de management, a instrumentelor de îmbunătățire a calitatii în organizațiile publice și private.
Obiectivele specifice	Formarea deprinderilor practice pentru studenți de a opera cu noțiunile specifice managementului calitatii. Studiarea aprofundată a cursului de <i>Managementul calitatii</i> este esențială pentru instruirea de specialitate.

9. Conținuturi

9.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Abordări moderne privind noțiunea de calitate. Introducere în noțiunea de "calitate". Definiția, caracteristicile și elementele principale ale calitatii. Managementul calitatii totale. Abordările managementului calitatii totale	1	<ul style="list-style-type: none"> - prelegere – dezbateri - expunere cu oponent - lectura interpretativă 	
2. Managementul calitatii. Definițiile și funcțiile managementului calitatii. Principiile managementului calitatii	1		
3. Sistemele managementului calitatii în organizațiile private și publice. Standardele de calitate. Cerințele sistemului de management al calitatii.	1		
4. Responsabilitatea managementului	1		
5. Organizarea funcției calitatii. Formele de organizare și atribuțiile compartimentului de calitate. Dezvoltarea resurselor umane	1		
6. Planificarea calitatii. Planificarea calitatii produselor și proceselor. Modele de excelență în cultura managerială europeană și americană	1		
7. Abordarea calitatii bazată pe procese	1		
8. Controlul calitatii. Trăsăturile definiției și elementele principale ale controlului calitatii. Metode de control. Autoevaluarea	1		
9. Tehnici și metode de rezolvare a problemelor de calitate. Acțiuni corective și preventive	1		
10. Evaluarea și analiza costurilor referitoare la calitate	1		
11. Auditul calitatii	1		
12. Certificarea calitatii. Sistemul de acreditare și certificare a calitatii în România.	1		

13. Politica UE in domeniul certificarii calitatii	1	
14. Implementarea sistemelor de management al calitatii	1	
Bibliografie Baldrige National Quality Programm, Criteria for performance Excellence, 2008 Graham W. Parker, <i>Costurile Calitii</i> , Editura Codecs, Bucuresti,1998. Juran J. M. i Gryna Jr. F. M., <i>Calitatea Produselor. Tratat practic de planificare, proiectare, realizare si control</i> , Editura Tehnic, București, 1973. Mihai,Puiu.(2012), <i>Psihologie,Comunicare,Leadership</i> .București: Editura Universității Titu Maiorescu. Mihaescu, L., <i>Metode cantitative în management</i> , Editura Universității Lucian Blaga, Sibiu, 2009 Nicolescu, O., Verboncu, I., <i>Fundamentele managementului organizației</i> , Editura Tribuna Economică, București 2001 Oprean C-tin, Kifor C.V. – <i>Managementul calitii</i> , Editura Univrsitii „L. Blaga”, Sibiu, 2002 <i>Romanian Management Theory and Practice: Navigating Digitization and Internationalization in the New Global Economy</i> . Elveția: Springer Nature Switzerland, 2024. Stanciu Ion – <i>Managementul calitii totale</i> , Editura Cartea Universitar, Bucureti, 2003 Verboncu, I., Zalman, M., <i>Management și performanțe</i> , Editura Universitară, București 2005 ***SR EN ISO 9000:2001		

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Notiuni introductive privind conceptul de calitate. Trasaturi si principii ale managementului calitatii	2		
2. Standardele de calitate. Abordari moderne privind politicile referitoare la calitate. Cadrul de autoevaluare	2		
3. Structura functiei de calitate. Cerinte ale calitatii	2		
4. Generalitati privind pocesle organizatiei in domeniul calitatii	2		
5. Metode de control al calitatii în organizații	2		
6. Tehnici de rezolvare a problemelor privitoare la calitate	2		
7. Implementarea sistemului de management al calitatii. Politica nationala si internationala in domeniul certificarii calitatii	2		
Bibliografie: 1. Oprean C-tin, Kifor C.V. – <i>Managementul calitii</i> , Editura Univrsitii „L. Blaga”, Sibiu, 2002 2. Petrescu, I., <i>Psihosocioeconomia managementului calitii totale</i> , Ed. Lux Libris, Brasov 1998 3. Stanciu Ion – <i>Managementul calității totale</i> , Editura Cartea Universitar, Bucureti, 2003			

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

În vederea proiectării conținuturilor curriculare și a stabilirii strategiilor s-a ținut seama de feedback-ul pozitiv, primit în mod direct, de la cadrele didactice care au absolvit un curs privind *Managementul calității*.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> - participarea activă și creativă la curs; - utilizarea corectă și adecvată a termenilor de specialitate; 	<ul style="list-style-type: none"> - analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul cursului; 	60%

	<ul style="list-style-type: none"> - argumentarea științifică a răspunsurilor; - gradul de implicare în activități comune (de echipă). 	- examen scris;	
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - participarea activă și conștientă la seminar; - utilizarea corectă și adecvată a termenilor de specialitate; - argumentarea științifică a răspunsurilor; - gradul de implicare în activități comune (de echipă); - respectarea termenului de predare; - respectarea temei/temelor pentru portofoliu; - gradul de originalitate a materialelor elaborate; - importanța și specificitatea materialelor elaborate pt. tema/temele portofoliului. 	<ul style="list-style-type: none"> - analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul seminarului; - portofoliul și analiza rezultatelor activității independente a studenților. 	40%
Laborator	-	-	-
Proiect	-	-	-
Standard minim de performanță:			
Elaborarea și susținerea unui proiect de dezvoltare integrată instituțională și individuală pe termen mediu și lung conform standardelor profesionale în domeniu.			

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Prof. univ. dr. Puiu Mihai

Prof. univ. dr. Puiu Mihai

Data avizării în catedră:

Semnătura Directorului de Departament:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
1.3. Departamentul	Departamentul Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
1.7. Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	COMUNICARE ȘI CONSILIERE ÎN CARIERĂ				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					108
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					
Alte activități...					
3.7. Total ore studiu individual					108
3.8. Total ore pe semestru					42
3.9. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină anterioară nu este obligatorie
--------------------	---



4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II Comunicare Instituțională și Management Organizațional.
--------------------	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, whiteboard
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector, whiteboard

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei): <ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice domeniului comunicării și consilierii în carieră - cunoașterea principalelor repere teoretice legate de comunicare și consiliere - dezvoltarea de abilități de problematizare, analiză și argumentare asupra contextelor de comunicare organizațională și profesională, ce implică și strategii de leadership
	2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei): <ul style="list-style-type: none"> - explicarea funcțiilor consilierii în carieră - explicarea principalelor obiective ale comunicării și consilierii în carieră (asigurarea coerenței planului de dezvoltare profesională, crearea de valori personale, asigurarea de circuite de comunicare funcționale și flexibile în diferite contexte profesionale) - explicarea principalelor strategii de consiliere în carieră și a toolbox-ului contemporan de instrumente de consiliere
	3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare): <ul style="list-style-type: none"> - identificarea și înțelegerea principalelor bariere în comunicarea profesională și în consiliere - analiza proceselor de consiliere și orientare în carieră prin prisma unor teorii clasice și contemporane
	4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională): <ul style="list-style-type: none"> - manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific; - promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice; - valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	științifice; - implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice; - angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare; - participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	- Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; - aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.
7.2. Aptitudini	A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.
7.3. Responsabilitate și autonomie	R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale complexe.

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

8.1. Obiectivele generale ale disciplinei	Obiective generale ale cursului: - Familiarizarea studenților cu principalele instrumente, tehnici și strategii ale comunicării și consilierii în carieră - Formarea deprinderilor practice de orientare în carieră, în cadrul organizațiilor și companiilor
8.2. Obiective specifice	Obiective specifice ale cursului: - Cunoașterea strategiilor de consiliere și comunicare în carieră, pentru dezvoltarea continuă a oportunităților de formare profesională - Formarea deprinderilor practice de elaborare a unor planuri de dezvoltare a carierei

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comunicare și consiliere în carieră. Intersecții tematice și aparat conceptual	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Consilierea în carieră și identificarea tiparelor psihologice	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în	2 ore



	fața studenților	
Tipare de personalitate și instrumente de dezvoltare și orientare a carierei. Abordarea psihologică	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Elaborarea planului de dezvoltare în carieră	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Stiluri de leadership și tipare de comunicare în domeniul relațiilor publice. Rolul comunicării interculturale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Comunicare și consiliere în carieră în contextul culturii organizaționale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Comunicare interculturală. Interculturalitate și transculturalitate. Dimensiuni ale consilierii și orientării în carieră în profesia de comunicator	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Strategii de comunicare în organizațiile internaționale. Instrumente de analiză ale tiparului comunicațional al unei organizații.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Strategii de comunicare managerială în companii și organizații naționale. Negocierea identității organizaționale.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Consiliere în carieră în contexte de criză. Strategii de management al schimbării în carieră	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Relațiile publice în contextul profesiilor emergente. Consilierea în carieră și pregătirea continuă	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Studii de caz în comunicarea și consilierea în carieră.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Managementul proiectului personal de dezvoltare profesională. De la abordarea antropologică la instrumentarul psihologiei sociale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Managementul performanței în comunicarea profesională	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Bibliografie: Bersan, Otilia și Dumitru, Ion (2023). <i>Consilierea privind cariera. Maximizarea potentialului individual pentru o cariera de succes</i> , Editura Polirom. Dumitru, I. A. (2008). <i>Consiliere psihopedagogică</i> , Iași, Editura Polirom Jigău, Mihai (ed) (2007). <i>Compendiu de metode de consiliere</i> . Editura Sigma Richițeanu-Năstase, Elena Ramona (2019), <i>Consiliere și orientare pentru carieră și viață</i> , ASE. Roco, Mihaela (2004). <i>Creativitate și inteligență emoțională</i> . Polirom, Iași. <i>Tratat de psihologie organizațional-managerială</i> , vol. I, Iași, Editura Polirom. Savickas, M. (2011). <i>Career Counseling</i> . Washington: American Psychological Association		



Schiersmann, C., Ertelt, B.-J., Katsarov, J., Mulvey, R., Reid, H., & Weber, P. (eds.) (2012). <i>NICE Handbook for the Academic Training of Career Guidance and Counselling Professionals</i> . Heidelberg: Heidelberg University, Institute of Educational Science "Holland's Theory". Careers.govt.nz., 2025.		
9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Comunicare și consiliere în carieră. Intersecții tematice și aparat conceptual	Dezbateri	1 oră
Consilierea în carieră și identificarea tiparelor psihologice	Dezbateri	1 oră
Tipare de personalitate și instrumente de dezvoltare și orientare a carierei. Abordarea psihologică	Dezbateri	1 oră
Elaborarea planului de dezvoltare în carieră	Dezbateri	1 oră
Stiluri de leadership și tipare de comunicare în domeniul relațiilor publice. Rolul comunicării interculturale	Dezbateri	1 oră
Comunicare și consiliere în carieră în contextul culturii organizaționale	Dezbateri	1 oră
Comunicare interculturală. Interculturalitate și transculturalitate. Dimensiuni ale consilierii și orientării în carieră în profesia de comunicator	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare în organizațiile internaționale. Instrumente de analiză ale tiparului comunicațional al unei organizații.	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare managerială în companii și organizații naționale. Negocierea identității organizaționale.	Dezbateri	1 oră
Consiliere în carieră în contexte de criză. Strategii de management al schimbării în carieră	Dezbateri	1 oră
Relațiile publice în contextul profesiilor emergente. Consilierea în carieră și pregătirea continuă	Dezbateri	1 oră
Studii de caz în comunicarea și consilierea în carieră.	Dezbateri	1 oră
Managementul proiectului personal de dezvoltare profesională. De la abordarea antropologică la instrumentarul psihologiei sociale	Dezbateri	1 oră
Managementul performanței în comunicarea profesională	Dezbateri	1 oră
Bibliografie		
Bersan, Otilia și Dumitru, Ion (2023). <i>Consilierea privind cariera. Maximizarea potentialului individual pentru o cariera de succes</i> , Editura: Polirom.		
Dumitru, I. A. (2008). <i>Consiliere psihopedagogică</i> , Iași, Editura Polirom		
Jigău, Mihai (ed) (2007). <i>Compendiu de metode de consiliere</i> . Editura Sigma		
Richișeanu-Năstase, Elena Ramona (2019), <i>Consiliere și orientare pentru carieră și viață</i> , ASE.		
Roco, Mihaela (2004). <i>Creativitate și inteligență emoțională</i> . Polirom, Iași.		
<i>Tratat de psihologie organizațional-managerială</i> , vol. I, Iași, Editura Polirom.		
Savickas, M. (2011). <i>Career Counseling</i> . Washington: American Psychological Association		
Schiersmann, C., Ertelt, B.-J., Katsarov, J., Mulvey, R., Reid, H., & Weber, P. (eds.) (2012). <i>NICE Handbook for the Academic Training of Career Guidance and Counselling Professionals</i> . Heidelberg: Heidelberg University, Institute of Educational Science		



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



"Holland's Theory". Careers.govt.nz., 2025.

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu

11. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Realizare proiect de cercetare pe o temă relevantă	75%
10.5. Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la lucrările în echipă.	25%
10.6. Standard minim de performanță:			
Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei. Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat. Minimum nota 5 la seminar; prezentarea corectă a unui studiu de caz pe o tematică specifică domeniului studiat. Minimum nota 5 la examen.			

Data completării:

Septembrie 2025

Lect. univ. dr. Iulia Anghel



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
1.3. Departamentul	Departamentul
1.4. Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii/Calificarea	CIMO
1.7. Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MULTIMEDIA ÎN COMUNICAREA INSTITUȚIONALĂ				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. GABRIELA POPESCU				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. GABRIELA POPESCU				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E2

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: curs	14	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					40
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					3
Examinări					2
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					40
3.8. Total ore pe semestru					68
3.9. Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină anterioară nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat masteranzilor din anul I Comunicare instituțională și management organizațional



5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, whiteboard
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector, whiteboard

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei): <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice domeniului comunicării cu instrumente multimedia- cunoașterea principalelor repere teoretice ale comunicării cu instrumente multimedia- dezvoltarea de abilități de lucru cu instrumente multimedia de comunicare
	2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei): <ul style="list-style-type: none">- explicarea funcțiilor disciplinei multimedia în comunicare instituțională- explicarea principalelor obiective ale disciplinei multimedia în comunicare instituțională- explicarea principalelor strategii de comunicare cu instrumente multimedia
	3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare): <ul style="list-style-type: none">- identificarea și înțelegerea conceptelor, teoriilor și practicilor specifice comunicării multimedia- analiza proceselor specifice acestui domeniu de studiu
	4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională): <ul style="list-style-type: none">- manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific;- promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice;- valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice;- implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice;- angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu



	responsabilități similare; - participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	- Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică a unor situații profesionale uzuale, în vederea elaborării unor strategii de comunicare și a unor măsuri de marketing organizațional eficiente și de actualitate - aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea obiectivelor propuse

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

7/1. Obiectivele generale ale disciplinei	Obiective generale ale cursului: - Obiective generale ale cursului: - Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele caracteristice comunicării multimedia - Formarea deprinderilor practice de lucru în cadrul colectivelor destinate să promoveze strategii de comunicare cu instrumente multimedia
7.2. Obiective specifice	Obiective specifice ale cursului: -

8. Conținuturi

8.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Obs.
C1. Comunicarea instituțională – repere teoretice	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
C2. Tendințe și provocări în comunicarea instituțională. Inteligența artificială și mediile emergente	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
C3. Platforme și software destinate comunicării multimedia în organizații	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
C4. Principalele instrumente multimedia utilizabile în procesele organizaționale	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
C5. Resurse multimedia. Formarea și dezvoltarea comunităților online	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
C6. Respectarea normelor etice și legale în mediul online	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
C7. Tendințe în evoluția comunicării multimedia	1	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Bădău, H. M. (2011). <i>Tehnici de comunicare în social media</i>. Iași: Polirom. • Băjenescu, T. I. (2002). <i>Power of Multimedia Communication</i>. Cluj-Napoca: Editura Albastră. • Gitner, S. (2015). <i>Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World</i>. 			



New York: Routledge.

- VasIU, R. (2011). *Introducere în tehnologii multimedia*. București: Editura Academiei Oamenilor de Știință din România.

8.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Obs.
Tipuri de date și obiecte multimedia	1	Dezbateri	
Aplicații multimedia și utilizarea lor în procesele organizaționale.	1	Dezbateri	
Documente multimedia. Exerciții de realizare a unor documente multimedia (I)	1	Dezbateri	
Documente multimedia. Exerciții de realizare a unor documente multimedia (II)	1	Dezbateri	
Platforme de comunicare multimedia care pot fi utilizate în procesele organizaționale	1	Dezbateri	
Multimedia în peisajul organizațional european – prezent și tendințe	1	Dezbateri	
Recapitulare	1	Dezbateri	
Bibliografie:			
<ul style="list-style-type: none"> • Brut, M.; Buraga, S. (2004). <i>Prezentări multimedia pe web</i>. Iași: Polirom. • Buraga, S. (2005). <i>Proiectarea siturilor web. Design și funcționalitate</i>, ediția a II-a. Iași: Polirom. • Koskinen, I. (2017). <i>Mobile Multimedia in Action</i>. New York: Routledge. 			

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Realizare proiect de cercetare pe o temă relevantă	75%
10.5. Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la	25%



	explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	lucrările în echipă.	
10.6. Standard minim de performanță:			
Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei. Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat. Minimum nota 5 la seminar; prezentarea corectă a unui studiu de caz pe o tematică specifică domeniului studiat. Minimum nota 5 la examen.			

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Lect. univ. dr. Gabriela Popescu

Lect. univ. dr. Gabriela Popescu

Data avizării:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
1.3. Departamentul	Departamentul Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
1.7. Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	STRATEGII DE COMUNICARE INTERACTIVĂ				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: curs	14	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					150 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					150
3.8. Total ore pe semestru					28
3.9. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)



4.1. de curriculum	Nicio disciplină anterioară nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul I Comunicare instituțională și Management organizațional

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, whiteboard
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector, whiteboard

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei): <ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice comunicării interactive, atât în context interpersonal, cât și în sfera tehnologiilor emergente - cunoașterea principalelor repere teoretice legate de comunicarea interactivă - dezvoltarea de abilități de comunicare eficientă, în format interactiv, adecvate contextelor organizaționale moderne și interacțiunilor interpersonale directe sau mediate de tehnologie
	2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei): <ul style="list-style-type: none"> - Interpretarea și instrumentalizarea principalelor strategii dedicate comunicării interactive, prin interfață web sau în interacțiuni nemediate - Explicarea fenomenelor de comunicare din perspectiva interactivității și simetriei fluxului de mesaj și implementarea de strategii adecvate pentru comunicarea în medii organizaționale
	3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare): <ul style="list-style-type: none"> - Utilizarea de metode și tehnici de eficientizare a comunicării și de facilitare a interactivității (ascultarea activă, claritatea mesajului, acceptarea regulilor de relevanță ale conținuturilor, pentru comunicarea prin interfață web) - Analiza principalelor strategii de comunicare activă directă sau mediată de tehnologie, folosind criterii clasice precum: responsivitate, utilitate, caracter intergrat al mesajului sau ludicitate și caracter intuitiv al interfeței web.
	4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională):



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



	<ul style="list-style-type: none"> - manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific; - promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice; - valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice; - implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice; - angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare; - participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C1. Masterandul/absolventul vor deține cunoștințe complexe, de natură teoretică și practică, ce le oferă capacitatea de a dezvolta strategii, de a evalua și de a formula predicții asupra dinamicii proceselor de comunicare ce implică organizații, comunități, lideri sau branduri.</p> <p>C2. Masterandul /absolventul vor acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A3. Masterandul/absolventul vor avea capacitatea de a integra cunoștințe interdisciplinare, pentru a crea materiale de relații publice ce răspund provocărilor paradigmei digitale.</p> <p>A4. Masterandul/absolventul vor cunoaște strategii de analiză a informațiilor, tehnici de documentare științifică și profesională și vor putea realiza rapoarte de cercetare, rapoarte de analiză a domeniului profesional sau alte documente specifice.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	<p>R1. Masterandul/absolventul vor aduce contribuții semnificative la procesele de inovare socială, la dezvoltarea comunităților profesionale și a organizațiilor în care sunt membrii activi.</p> <p>R2. Masterandul /absolventul vor putea opera eficient cu termeni și concepte specifice domeniului Științe ale comunicării, pentru a dezvolta noi abordări, metode de cercetare sau producție, inclusiv prin promovarea inovării.</p> <p>R3. Masterandul/absolventul vor dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise.</p>



8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

8.1. Obiectivele generale ale disciplinei	Obiective generale ale cursului: <ul style="list-style-type: none"> - Familiarizarea studenților cu principalele noțiuni, termeni, teorii specifice comunicării interactive - Formarea deprinderilor practice de utilizare de comunicare interactivă în interacțiuni interpersonale și de realizare a unor medii de comunicare interactive prin interfață digitală
8.2. Obiective specifice	Obiective specifice ale cursului: <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea și aplicarea principalelor metode de comunicare interactivă directă sau prin mijloace digitale, persoană către persoană sau om – mașină. - Formarea deprinderilor practice de elaborare a unor strategii de creștere a interactivității conținuturilor de comunicare

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comunicarea interactivă și bazele comunicării interpersonale. Noțiuni introductive	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
De la comunicarea interactivă la comunicarea hiperactivă. Hyperlinkuri, bots și revoluția digitală în comunicare	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Comunicare interactivă prin website-uri. Grile de testare ale interactivității	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Strategii de comunicare interactivă online pentru branduri și companii	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Strategii de comunicare interactivă online pentru instituții și organizații internaționale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Elaborarea unei campanii de comunicare interactivă online. Tehnica Mash Up	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Implementarea unei campanii de comunicare interactivă online. Medii de comunicare și grade de interactivitate	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Evaluarea unei campanii de comunicare interactivă online. Studiu de caz RedBull	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Studii de caz. Comunicare interactivă online. Compania BMW vs HP	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Studii de caz. Comunicare interactivă online. Compania	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în	1 oră



Google.	fața studenților	
Tehnici non-verbale pentru comunicare interactivă. Proxemica spațiului virtual	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Strategii de comunicare interactivă în ecuația om-mașină. Virtual Assistant vs. Chat Bot	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	1 oră
Recapitularea principalelor noțiuni	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Bibliografie: Pânișoară, Ion Ovidiu (2010). <i>Comunicarea eficientă</i> , Polirom. Bădău, Horea Mihai (2011) <i>Tehnici de comunicare în social media</i> , Polirom. D. Blakesley, J. Hoogeveen, (2011) <i>Writing. A Manual for Digital Age</i> . Brian Carroll (2010). <i>Writing for Digital Media</i> , Routledge, London. UNESCO, (2019). <i>World Communication Report, The media and the challenges of the new technologies</i> . Froneman, S., Atwood, R. (2005) <i>Interactivity and public relations on the web</i> , A theoretical Analysis. Hurme, P, (2001). Online PR: Emerging organisational practice, <i>Corporate Communication</i> . Hawkins, R. P., Wiemann, J. M. , Pingree, S., (Eds.) (2020). <i>Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes</i> , 16, 110–134. Beverly Hills: Sage. Koenitz, H., Barbara, J., & Eladhari, M. P. (2022). Interactive digital narrative (IDN)—new ways to represent complexity and facilitate digitally empowered citizens. <i>New Review of Hypermedia and Multimedia</i> , 28(3–4), 76–96		
9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Comunicarea interactivă și bazele comunicării interpersonale. Noțiuni introductive	Dezbateri	1 oră
De la comunicarea interactivă la comunicarea hiperactivă. Hyperlinkuri, bots și revoluția digitală în comunicare	Dezbateri	1 oră
Comunicare interactivă prin website-uri. Grile de testare ale interactivității	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare interactivă online pentru branduri și companii	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare interactivă online pentru instituții și organizații internaționale	Dezbateri	1 oră
Elaborarea unei campanii de comunicare interactivă online. Tehnica Mash Up	Dezbateri	1 oră



Implementarea unei campanii de comunicare interactivă online. Medii de comunicare și grade de interactivitate	Dezbateri	1 oră
Evaluarea unei campanii de comunicare interactivă online. Studiu de caz RedBull	Dezbateri	1 oră
Studii de caz. Comunicare interactivă online. Compania BMW vs HP	Dezbateri	1 oră
Studii de caz. Comunicare interactivă online. Compania Google.	Dezbateri	1 oră
Tehnici non-verbale pentru comunicare interactivă. Proxemica spațiului virtual	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare interactivă în ecuația om-mașină. Virtual Assistant vs. Chat Bot	Dezbateri	1 oră
Recapitularea principalelor noțiuni	Dezbateri	2 ore

Bibliografie:

Pânișoară, Ion Ovidiu (2010). *Comunicarea eficientă*, Polirom.
 Bădău, Horea Mihai (2011) *Tehnici de comunicare în social media*, Polirom.
 D. Blakesley, J. Hoogeveen, (2011) *Writing. A Manual for Digital Age*.
 Brian Carroll (2010). *Writing for Digital Media*, Routledge, London.
 UNESCO, (2019). *World Communication Report, The media and the challenges of the new technologies*.
 Froneman, S., Atwood, R. (2005) *Interactivity and public relations on the web*, A theoretical Analysis.
 Hurme, P, (2001). Online PR: Emerging organisational practice, *Corporate Communication*.
 Hawkins, R. P., Wiemann, J. M. , Pingree, S., (Eds.) (2020). *Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, 16, 110–134. Beverly Hills: Sage.
 Koenitz, H., Barbara, J., & Eladhari, M. P. (2022). Interactive digital narrative (IDN)—new ways to represent complexity and facilitate digitally empowered citizens. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 28(3–4), 76–96

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	de	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs /Examen	- cunoaștere înțelegere;	și	Realizare proiect de cercetare pe o temă relevantă	75%
10.5. Seminar	- cunoaștere înțelegere; - abilitatea de explicare interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	și de și	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la lucrările în echipă.	25%
10.6. Standard minim de performanță: _____ Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei. Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat. Minimum nota 5 la seminar; prezentarea corectă a unui studiu de caz pe o tematică specifică domeniului studiat. Minimum nota 5 la examen. _____				

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Lect. univ. dr. Iulia Anghel

Data avizării în catedră:

Semnătura Directorului de Departament:

24 septembrie 2025

Lect. univ. dr. Iulia Anghel



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu din București
Facultatea	Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Master
Programul de studii/calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE				
Titularul activităților de curs					
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Cristina Marghioala				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

Număr de ore pe săptămână	2	Curs	-	Seminar		Laborator	2	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs	-	Seminar		Laborator	28	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	5
Tutoriat	5
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	47
Total ore pe semestru	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	-	
Desfășurare aplicații	Seminar	-
	Laborator	-
	Proiect	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Managementul carierei, dezvoltarea continuă a competențelor profesionale și personale și a performanței instituționale
Competențe transversale	CT3. Autoevaluarea nevoii de formare socio-profesională, dezvoltarea și adaptarea competențelor profesionale la cerințele și la dinamica contextului profesional, social și european

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	<p>C1. Masterandul/absolventul vor deține cunoștințe complexe, de natură teoretică și practică, ce le oferă capacitatea de a dezvolta strategii, de a evalua și de a formula predicții asupra dinamicii proceselor de comunicare ce implică organizații, comunități, lideri sau branduri.</p> <p>C2. Masterandul /absolventul vor acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale.</p> <p>C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale.</p> <p>C4. Masterandul/absolventul vor cunoaște abordări metodologice actuale și relevante, ce le vor permite să aplice metodologii de cercetare complexe, de tip statistic sau interpretativ.</p> <p>C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.</p>
7.2. Aptitudini	<p>A1. Masterandul/absolventul vor deține aptitudini și abilități specifice managementului strategic, putând conduce structuri organizaționale complexe, inclusiv prin stabilirea strategiei de comunicare internă și externă, prin dezvoltarea de planuri de comunicare și de strategii mediatice, prin gestionarea riscurilor reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</p> <p>A2. Masterandul/absolventul vor deține abilități de analiză critică a modelelor de comunicare organizațională, a structurilor de management al calității sau de management al resurselor și proceselor de comunicare, inclusiv tehnici și metode de lucru algoritmice, specifice noilor media.</p> <p>A3. Masterandul/absolventul vor avea capacitatea de a integra cunoștințe interdisciplinare, pentru a crea materiale de relații publice ce răspund provocărilor paradigmei digitale.</p> <p>A4. Masterandul/absolventul vor cunoaște strategii de analiză a informațiilor, tehnici de documentare științifică și profesională și vor putea realiza rapoarte de cercetare, rapoarte de analiză a domeniului profesional sau alte documente specifice.</p> <p>A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.</p>
7.3. Responsabilitate și autonomie	R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale

complexe.

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	Corelarea cunoștințelor dobândite la nivel teoretic în domeniul comunicării instituționale, cu situația reală din instituții publice, private sau organizații.
Obiectivele specifice	La finalizarea acestei discipline, masterandul va fi capabil să: - Explice cum funcționează departamentele de comunicare și resurse umane într-o instituție sau organizație - Explice importanța comunicării și consilierii în carieră - Descrie activitățile și procesele de muncă ale angajaților - Să înțeleagă și să identifice elemente etice și deontologice la nivel managerial - Analizeze activitatea de comunicare interactivă a instituțiilor sau organizațiilor - Inițieze acțiuni de comunicare instituțională prin multimedia - Identifice indicatorii privind managementul calității în organizații

9. Conținuturi

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Analiza proceselor de comunicare internă și externă într-o organizație – cu accent pe instrumentele digitale și pe coerența mesajelor instituționale.	1	STAGII DE PRACTICĂ ÎN INSTITUȚII ȘI ORGANIZAȚII finalizate cu RAPORTUL DE PRACTICĂ	
• Evaluarea strategiilor de employer branding și retenție a personalului – observarea modului în care comunicarea internă contribuie la atragerea și fidelizarea angajaților.	1		
• Analiza culturii organizaționale și a stilurilor de leadership – identificarea modului în care valorile, leadershipul și comunicarea modelează cultura instituției.	1		
• Comunicarea în situații de criză instituțională – studiu de caz privind strategiile de comunicare în gestionarea conflictelor, crizelor de imagine sau schimbărilor organizaționale.	1		
• Procesele de management al schimbării organizaționale – cum este comunicată și implementată schimbarea, care sunt rolurile liderilor și rezistențele întâlnite.	2		
• Analiza sistemului de motivare și recunoaștere a performanței – integrarea recompenselor și feedbackului în cultura organizațională.	2		
• Comunicarea strategică între departamente: HR, PR, management – studierea modului în care aceste structuri colaborează pentru atingerea obiectivelor organizației.	2		
• Utilizarea instrumentelor digitale în comunicarea instituțională – platforme interne, rețele sociale, aplicații de management al echipei, și efectele asupra coeziunii organizaționale.	1		
• etică, diversitate și incluziune în comunicarea organizațională – observarea practicilor de respectare a diversității și responsabilității sociale în cadrul instituției.	1		

• **Întocmirea Raportului de practică** – sinteză a activităților desfășurate și a concluziilor privind impactul comunicării și al leadershipului asupra performanței organizaționale.

2

Bibliografie:

1. Cărți și lucrări fundamentale

- Argenti, P. A. (2023). *Corporate Communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. (2006). *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cabot, M. (2012). *Introduction to Public Relations*. AJEEP.
- Cornelissen, J. (2024). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice* (7th ed.). SAGE Publications.
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2010). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. Routledge.
- Gregory, A. (2009). *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*. Polirom.
- Mucchielli, A. (2008). *Comunicarea în instituții și organizații*. Polirom.
- Mulgan, G. (2010). *Arta strategiei publice – mobilizarea puterii și cunoașterii în slujba binei publice*. CA Publishing.
- Patrick Lencioni (2015). *Cinci tentații ale unui CEO*. Litera.

2. Management organizațional și leadership

- *Managementul schimbării organizaționale* (2011). Editura Economică.
- *Teoria și practica deciziei manageriale* (2014). Editura Economică.
- *Curs de management – teorie și aplicații* (2008). Editura Sitech.
- *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane* (2014). Editura Economică.
- *Managementul organizațiilor* (2007). Editura Economică.
- *Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații* (2014). Editura Universității din Pitești.
- *Minidicționar de management* (2011). Editura Pro Universitaria.
- *Metodologii manageriale* (2012). Editura Universitară.
- *Abordări moderne în managementul și economia organizației*, vol. I–IV (2007). Editura Economică.
- *Metode și tehnici de conducere. Teorie și aplicații* (2012). Editura Economică.

3. Studii și resurse recente (2022–2025)

- Black Sea Economic Studies. (2024). *The Role of Communication in Change Management and Formation of Innovative Corporate Culture*.
[Disponibil pe ResearchGate](#)
- Frontiers in Communication. (2022). *Building Organizational Resilience Through Organizational Learning*.
[Disponibil online](#)
- ResearchGate. (2023). *Communication as a Strategy in Enhancing an Organization's Performance*.
[Acces liber](#)
- ResearchGate. (2025). *The Role of Transparent Communication and Leadership in Employee Engagement*.
[Acces liber](#)
- Routledge. (2025). *New Directions in PR & Communication Research Series*. Routledge Academic.
routledge.com/RNDPRCR

Bibliografie aplicativă – *Practica de specialitate*

1. Lucrări de bază și metodologice

- Mucchielli, A. (2008). *Comunicarea în instituții și organizații*. Iași: Polirom.
- Gregory, A. (2009). *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*. Iași: Polirom.
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2010). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. Routledge.
- Mehta, A. M., & Xavier, R. J. (2009). "Public Relations Management in Organisations." În Chia, J., & Synnott, G. (Eds.), *An Introduction to Public Relations: From Theory to Practice* (pp. 190–221). Oxford University Press.
- Cabot, M. (2012). *Introduction to Public Relations*. AJEEP.
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. (2006). *Strategic Public Relations Management – Planning and Managing Effective Communication Programs*. Lawrence Erlbaum Associates.

2. Management organizațional și leadership aplicat

- *Managementul schimbării organizaționale*. (2011). București: Editura Economică.
- *Teoria și practica deciziei manageriale*. (2014). București: Editura Economică.
- Lencioni, P. (2015). *Cinci tentații ale unui CEO*. București: Editura Litera.
- *Metode și tehnici de conducere. Teorie și aplicații*. (2012). București: Editura Economică.
- *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*. (2014). București: Editura Economică.

3. Ghiduri și instrumente pentru analiză practică

- *Curs de management – teorie și aplicații*. (2008). Craiova: Editura Sitech.
- *Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații*. (2014). Pitești: Editura Universității din Pitești.
- *Minidicționar de management (20 de volume)*. (2011). București: Editura Pro Universitaria.
- *Metodologii manageriale*. (2012). București: Editura Universitară.
- *Abordări moderne în managementul și economia organizației (vol. I–IV)*. (2007). București: Editura Economică.

4. Resurse aplicate și actuale (2022–2025)

- Cornelissen, J. (2024). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice* (7th ed.). SAGE Publications.
- Argenti, P. A. (2023). *Corporate Communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Black Sea Economic Studies. (2024). *The Role of Communication in Change Management and Formation of Innovative Corporate Culture*. ResearchGate
- ResearchGate. (2023). *Communication as a Strategy in Enhancing an Organization's Performance*.
- Frontiers in Communication. (2022). *Building Organizational Resilience Through Organizational Learning*.
- ResearchGate. (2025). *The Role of Transparent Communication and Leadership in Employee Engagement*.
- Routledge (2025). *New Directions in PR & Communication Research Series*. Routledge Academic.

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

În vederea proiectării conținuturilor curriculare și a stabilirii strategiilor s-a ținut seama de feedback-ul pozitiv, primit în mod direct, de la cadrele didactice care au absolvit un curs privind *Consilierea și managementul resurselor umane*, precum și de interesul ridicat pe care îl manifestă studenții/absolvenții altor facultăți/ universități pentru acest curs de master.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs			
Seminar	- a) evaluare continuă pe parcursul desfășurării practicii, având în vedere următoarele criterii: - calitatea lecțiilor proiectate și susținute; - participarea activă la activitățile din practica pedagogică; - conținutul și valoarea științifică, psihopedagogică și metodică, a materialelor realizate privind activitățile instructiv – educative susținute și asistate.	Observația sistematică, Probă practică	50%
	- b) evaluare sumativă în cadrul colocviului de practică; acordarea notei finale va lua în considerare următorii indicatori: - calitatea prestației pe parcursul desfășurării practicii, gradul de implicare în toate activitățile organizate cu colectivul de elevi în ziua de practică; - calitatea proiectării, susținerii și evaluării lecțiilor de probă;	Probă orală. Portofoliul Autoevaluare.	50%
Laborator	-	-	-
Proiect	-	-	-
Standard minim de performanță:			
Elaborarea și susținerea unui proiect de dezvoltare integrată instituțională și individuală pe termen mediu și lung conform standardelor profesionale în domeniu.			

Data completării

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI
 Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051
 tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Titu Maiorescu București
Facultatea	Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Limbi Străine
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii/calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ETICĂ ȘI DEONTOLOGIE MANAGERIALĂ				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Corina Matei				
Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Corina Matei				
Anul de studiu	I	Semestrul	II	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DA – disciplină de pregătire profesională aprofundată, DS – disciplină de sinteză				DA

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

Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	42	Curs	14	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	5
Tutoriat	5
Examinări	3
Alte activități:	

Total ore studiu individual	33
Total ore pe semestru	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului		- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe
Desfășurare aplicații	Seminar	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe
	Laborator	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe
	Proiect	- videoproiector, acces Internet, flipchart planșe

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C5. Managementul carierei, dezvoltarea continuă a competențelor profesionale și personale și a performanței instituționale
Competențe transversale	CT3. Autoevaluarea nevoii de formare socio-profesională, dezvoltarea și adaptarea competențelor profesionale la cerințele și la dinamica contextului profesional, social și european

7. Rezultatele învățării (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Cunoștințe	C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.
7.2. Aptitudini	A4. Masterandul/absolventul vor cunoaște strategii de analiză a informațiilor, tehnici de documentare științifică și profesională și vor putea realiza rapoarte de cercetare, rapoarte de analiză a domeniului profesional sau alte documente specifice. A5. Masterandul/absolventul vor dezvolta abilități de dialog intercultural, de leadership, de management al echipelor complexe, de rezoluție a conflictelor și vor putea reprezenta vocea organizației într-o multitudine de contexte și roluri profesionale.
7.3. Responsabilitate și autonomie	R5. Masterandul/absolventul vor cunoaște și vor acționa conform standardelor profesionale și normelor deontologice specifice profesiei de comunicator și vor putea transmite cunoștințele dobândite pentru analiza fenomenelor socio-culturale complexe.

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	1. Crearea de competențe lingvistice, conceptuale, axiologice și metodologice în domeniul eticii și deontologiei manageriale; 2. Dezvoltarea capacității de operare cu diverse orientări teoretice și valorice din etică și filosofia moralei;
Obiectivele specifice	1. Dobândirea abilității de a distinge între situațiile concrete ale activității instituționale sau organizaționale, de a raționa asupra lor și de a reacționa potrivit deontologiei specifice. 2. Înțelegerea și internalizarea valorilor, rigorilor și specificului deontologiei manageriale. 3. Formarea la masteranzi a competențelor de analiză și sinteză, de argumentare și deliberare argumentată asupra problemelor de etică și deontologie în management.

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Nr.ore	Observații
1. Etica și morala — contextualizare teoretică	Prelegere interactivă	2	
2. Deontologia profesională	Prelegere	2	
3. Managementul și etica în afaceri	Prelegere	2	
4. Organizații și instituții; comportament organizațional	Prelegere interactivă	2	
5. Management și leadership	Prelegere interactivă	2	

6. Cultură organizațională	Prelegere	2	
7. Managementul în instituții și în organizații — valori, principii, norme, strategii	Prelegere interactivă	2	
8. Psihologie organizațională	Prelegere interactivă	2	
9. Elemente de psihologie managerială	Prelegere interactivă	2	
10. Managementul strategic în organizații	Prelegere interactivă	2	
11. Management organizațional în mediul online	Prelegere interactivă	2	
12. Organizația inteligentă — elemente de deontologie	Prelegere	2	
13. Necesitatea managementului etic în organizații și în instituții	Prelegere interactivă	2	
14. Curs recapitulativ	Prelegere interactivă	2	
<p>Bibliografie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Branson, R. (2012) <i>Afacerile, pentru oameni</i>, București, Publica. 2. Brătianu, C., Zbucnea, A., Pânzaru, F., Vătămănescu, E.-M. (eds.), (2015), <i>Management, Finance, and Ethics</i>, București, Tritonic 3. Cismaru, Diana-Maria (2015), <i>Managementul reputației în mediul online</i>, București, Tritonic, 2015 4. Drucker, Peter, <i>Societatea post-capitalistă</i>, București, Image, 1999 5. Hofstede, Geert, Hofstede, Jan Gert, Minkov, Michael, (2012), <i>Culturi și organizații: softul mental</i>, București, Humanitas 6. Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana-Maria, (2013), <i>Organizația inteligentă. 10 teme de managementul organizației</i>, București, comunicare.ro 7. Matei, Corina (2015) <i>Morală, educație, comunicare în era focului rece / Morals, Education, Communication in the Age of Cold Fire</i>, ediție bilingvă, București, Tritonic. 8. Mureșan, Valentin, „Managementul eticii în organizații”, în vol. <i>Responsabilitatea socială corporativă: de la relații publice la dezvoltare durabilă</i>, coord. D. Borșun, București, Tritonic, 2012 9. Morar, Vasile, Crăciun, Dan, Macoviciuc, Vasile, (2017), <i>Etica în afaceri</i>, București, Paideia; 10. Olivesi, Stéphane, <i>Comunicarea managerială</i>, București, Tritonic, 2002 11. Șercan, Emilia (2017) <i>Deontologie academică. Ghid practic</i>, București, Editura Universității din București. 12. Zlate, Mielu (2004) <i>Tratat de psihologie organizațional-managerială</i>, Iași, Polirom. 			
9.2. Seminar/laborator			
	Nr.ore	Metode de predare	
1. Recapitularea principalelor concepte ale eticii, dobândite la cursul de Etica și integritate academică	2	Metodă interactivă, prin prezentări și analize de texte; prezentări de slide-uri și fișe de studiu; dezbateri pe teme anunțate în prealabil și pe baza unor lecturi de lucru.	Implicarea individuală sau în echipă la realizarea temelor de seminar
2. Organizația — modele, valori, norme și principii	2	idem	idem
3. Cultura organizațională în România	2	idem	idem
4. Management și leadership — clasificări, modele	2	idem	idem
5. Elemente de psihologie organizațională și managerială	2	idem	idem
6. Cultură managerială	2	idem	idem
7. Etica și mediul online	2	idem	idem

Bibliografie

1. Brătianu, Constantin, *Managementul cunoștințelor. Concepte fundamentale*, București, Editura Universitară, 2015
2. Conger, Jay A. & Kanungo, Rabindra N., *Charismatic Leadership in Organizations*, Thousand Oaks, SUA, Sage Publications, Inc., 1998
3. Matei, Corina, Borțun, Dumitru, "Aspects of Communication in Medical Life. Doctor-Patient Communication: Differentiation and Customization", în *Journal of Medicine and Life*, vol. X, ianuarie - martie 2017, pp. 60-65
4. Matei, Corina, "Ethics in Romanian Organizational Culture – Are We Lost in Translation?", *Interstudia*, no. 24/2018, Bacău, Alma Mater, 2018,, pp. 133-139
5. Olivesi, Stéphane, *Comunicarea managerială*, București, Tritonic, 2002;
6. Petric Epure, Lia-Lucia, *Managementul comunicării organizaționale. Studii de caz*, Timișoara, Brumar, 2012
7. Vlăsceanu, Mihaela, *Organizația: proiectare și schimbare. Introducere în comportamentul organizațional*, București, comunicare.ro, 2005
8. Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibea, T., Mureșan, V., Constantinescu, M. (2018), *Etică și integritate academică*, București, Editura Universității din București;

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

- În vederea proiectării conținuturilor curriculare și a stabilirii strategiilor, s-a ținut seama de reacția pozitivă, primită în mod direct, de la cadrele didactice care au absolvit un curs de *Etică și deontologie managerială*, precum și de interesul ridicat pe care îl manifestă studenții/absolvenții altor facultăți/universități pentru acest curs de masterat;
- disciplina este elaborată pe baza unor cursuri și materiale de cercetare în domeniu recunoscute pe plan național și internațional;
- majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și al seminarului se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu;
- cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none">- asimilarea cunoștințelor de bază;- discurs argumentativ;- ascultare activă;- interactivitate;- asimilarea limbajului de specialitate.	<ul style="list-style-type: none">- analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul cursului;- examen prin test scris;	60%
Seminar	<ul style="list-style-type: none">- participarea pertinentă la îndeplinirea sarcinilor de seminar;- elaborarea corespunzătoare, în mod individual sau în echipă, a lucrărilor de seminar;- utilizarea corectă a limbajului de specialitate;- discurs argumentativ;- respectarea regulilor polemicii academice;	<ul style="list-style-type: none">- analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul seminarului;- analiza rezultatelor activității independente sau în echipe a studenților.	40%

- gradul de informativitate al lucrărilor de seminar;
- gradul de originalitate al lucrărilor de seminar.

Laborator

Proiect

Standard minim de performanță:

Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei;
abilitatea de a utiliza corect limbajul de specialitate;

minimum nota 5 la seminar;

elaborarea corectă a unei lucrări pe o tematică specifică domeniului studiat.

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025

1 //