

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÎNT
 pentru anul universitar 2026-2027

Nr. crt.	CODUL DISCIPLINEI	DISCIPLINA	TIPUL DISCIPLIN EI	NR. ORE/SĂPTĂMÂNĂ ȘI NR. CREDITE						Forma de verificare	Observații	
				Semestrul 3		Semestrul 4		C	L/S			Cr.
				C	L/S	C	L/S					
I DISCIPLINE OBLIGATORII												
1	CIMO 2301	Metodologia cercetării științifice	DS	2	1	7	-	-	-	E3		
2	CIMO 2302	Strategii de comunicare managerială	DA	2	1	7	-	-	-	E3		
3	CIMO 2303	Informaticizare în managementul organizațiilor	DA	1	1	5	-	-	-	E3		
4	CIMO 2304	Comunicare și marketing organizațional	DA	1	1	5	-	-	-	E3		
5	CIMO 2305	Practica de specialitate	DA		2	3	-	-	-	V3		
6	CIMO 2406	Managementul proiectelor	DS	-	-	-	1	1	6	E4		
7	CIMO 2407	Managementul situațiilor de criză	DA	-	-	-	2	1	6	E4		
8	CIMO 2408	Managementul resurselor instituționale	DA	-	-	-	1	1	6	E4		
9	CIMO 2409	Brand management în Era Digitală	DA	-	-	-	1	1	6	E4		
10	CIMO 2410	Practica de specialitate	DA					2	3	V4		
11	CIMO 2411	Practica de corectare în vederea elaborării disertației	DA	-	-	-		3	3	V4		
II DISCIPLINE OPȚIONALE												
12	CIMO 2312	Management și standardizare	DA									
13	CIMO 2313	Managementul culturii organizaționale	DA	2	1	3	-	-	-	V3	Se alege o disciplina din pachet	
TOTAL ORE ȘI CREDITE				8	7	30	5	9	30			
TOTAL ORE/SEMESTRU*				112	98		70	126				
				E = 5	V = 1	E = 5	V = 1					
III DISCIPLINE FACULTATIVE												
14	CIMO 2314	Autonomie și responsabilitate în comunicarea publică	DA	1	1	3				V3		
Examen disertație									10			



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	METODOLOGIA CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Anul de studiu	II	Semestrul	III	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					175
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					70
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					70
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					5
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					175
3.8. Total ore pe semestru					42
3.9. Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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



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



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	Sală 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 metodologiei cercetării științifice pentru domeniul științelor sociale- cunoașterea principalelor repere teoretice legate de metodologia cercetării în sfera științelor sociale- dezvoltarea de abilități de cercetare aplicată, după modele calitative, cantitative și mixte, care să faciliteze demersuri de cercetare etice și relevante
	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 metode de cercetare specifice științelor sociale: analiza de conținut, analiza discursului, ancheta sociologică prin chestionar, interviul comprehensiv, focus grupul, observația participativă, experimentul.- Explicarea ipotezelor preliminare ale demersurilor de cercetare și interpretarea rezultatelor cercetării în relație cu obiectivele enunțate.
	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 cercetare adecvate științelor sociale și domeniului relațiilor publice în special: analiza conținutului mediatic, studii panel privind evoluția mentalităților, metode de cercetare bibliografică- Analiza principalelor strategii de cercetare specifice relațiilor publice și interpretarea mixului calitativ-cantitativ în proiectele de cercetare
	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



	<p>științifice;</p> <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 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>
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 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</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>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 noțiuni, termeni, teorii specifice metodologiei cercetării în paradigma socio-umană - Formarea deprinderilor practice de utilizare a unor metode de cercetare calitative și cantitative
8.2. Obiective specifice	<p>Obiective specifice ale cursului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea și aplicarea principalelor metode calitative și cantitative, specifice cercetării în domeniul relațiilor publice: interviul de profunzime, focus grupul, chestionarul - Formarea deprinderilor practice de elaborare a unor rapoarte de cercetare și articole de sinteză, care să valorifice rezultatele obținute în urma demersurilor de cercetare

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Concepte fundamentale în metodele de cercetare specifice științelor sociale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
2. Înțelegerea diferențelor și complementarităților dintre abordările „cantitative” și cele „calitative” în cercetarea comunicării	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
3. Cunoașterea etapelor cercetării în științele comunicării: definirea problemei (inclusiv analiza și operaționalizarea conceptelor), formularea ipotezelor, alegerea metodelor și tehnicilor de cercetare și designul instrumentelor de cercetare	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
4. Familiarizarea cu principalele caracteristici ale anchetei pe bază de chestionar.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
5. Designul și aplicarea unui instrument de cercetare fundamental pentru studiile cantitative: chestionarul	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
6. Cunoașterea caracteristicilor interviului (din studiile cantitative) și formarea capacității de a conduce un interviu	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
7. Asimilarea principalelor cunoștințe legate de măsurarea în studiile cantitative; elaborarea scalelor și operarea cu acestea	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	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



8. Cunoașterea altor metode cantitative: analiza secundară a datelor, experimentul	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
9. Însușirea cunoștințelor pentru elaborarea unui ghid de focus-group și aplicarea acestuia	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
10. Formarea competențelor pentru designul unui ghid de interviu în profunzime și aplicarea acestuia	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
11. Cunoașterea unor metode calitative precum observația, cercetarea etnografică	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
12. Familiarizarea cu tehnica analizei de conținut	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
13. Învățarea principalelor modalități de procesare și analiză a datelor, atât în studiile cantitative, cât și în cele calitative	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
14. Formarea competențelor de realizare și prezentare a raportului de cercetare (în studiile cantitative și calitative)	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore

Bibliografie:

Chelcea, Septimiu (1995) *Cunoașterea vieții sociale. Fundamente metodologice*, București, Editura INS.

Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L., (2011), *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, (2nd ed.), Sage Publication, Thousand Oaks, CA.

Creswell, J. W., (2005), *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative approaches to research*, (2nd Ed.), Merrill/Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.

De Singly, François, Blanchet, Alain, Gottman, Anne, Kaufmann, Jean-Claude (1998) *Ancheta și metodele ei: chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv*, București, Editura Polirom.

Iluț, Petru (1997) *Abordarea calitativă a sociumanului*, Iași, Editura Polirom.

Franklin, M.I. (2012). *Understanding Research: Coping with the Quantitative-Qualitative Divide*. London and New York: Routledge.

Guba, E. and Lincoln, Y. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. Newbury Park, California: Sage Publications.

Rotariu, Traian, Iluț, Petru (1999) *Ancheta sociologică și sondajul de opinie. Teorie și practică*, București, Editura Polirom.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd edition). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Silverman, David (Ed). (2011). *Qualitative Research: Issues of Theory, Method and Practice*, Third Edition. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage Publications



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



9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Concepte fundamentale în metodele de cercetare specifice științelor sociale	Dezbateri	1 oră
2. Înțelegerea diferențelor și complementarităților dintre abordările „cantitative” și cele „calitative” în cercetarea comunicării	Dezbateri	1 oră
3. Cunoașterea etapelor cercetării în științele comunicării: definirea problemei (inclusiv analiza și operaționalizarea conceptelor), formularea ipotezelor, alegerea metodelor și tehnicilor de cercetare și designul instrumentelor de cercetare	Dezbateri	1 oră
4. Familiarizarea cu principalele caracteristici ale anchetei pe bază de chestionar.	Dezbateri	1 oră
5. Designul și aplicarea unui instrument de cercetare fundamental pentru studiile cantitative: chestionarul	Dezbateri	1 oră
6. Cunoașterea caracteristicilor interviului (din studiile cantitative) și formarea capacității de a conduce un interviu	Dezbateri	1 oră
7. Asimilarea principalelor cunoștințe legate de măsurarea în studiile cantitative; elaborarea scalelor și operarea cu acestea	Dezbateri	1 oră
8. Cunoașterea altor metode cantitative: analiza secundară a datelor, experimentul	Dezbateri	1 oră
9. Însușirea cunoștințelor pentru elaborarea unui ghid de focus-group și aplicarea acestuia	Dezbateri	1 oră
10. Formarea competențelor pentru designul unui ghid de interviu în profunzime și aplicarea acestuia	Dezbateri	1 oră
11. Cunoașterea unor metode calitative precum observația, cercetarea etnografică	Dezbateri	1 oră
12. Familiarizarea cu tehnica analizei de conținut	Dezbateri	1 oră
13. Învățarea principalelor modalități de procesare și analiză a datelor, atât în studiile cantitative, cât și în cele calitative	Dezbateri	1 oră
14. Formarea competențelor de realizare și prezentare a raportului de cercetare (în studiile cantitative și calitative)	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



Bibliografie:

- Chelcea, Septimiu (1995) *Cunoașterea vieții sociale. Fundamente metodologice*, București, Editura INS.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L., (2011), *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, (2nd ed.), Sage Publication, Thousand Oaks, CA.
- Creswell, J. W., (2005), *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative approaches to research*, (2nd Ed.), Merrill/Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.
- De Singly, François, Blanchet, Alain, Gottman, Anne, Kaufmann, Jean-Claude (1998) *Ancheta și metodele ei: chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv*, București, Editura Polirom.
- Iluț, Petru (1997) *Abordarea calitativă a socioumanului*, Iași, Editura Polirom.
- Franklin, M.I. (2012). *Understanding Research: Coping with the Quantitative-Qualitative Divide*. London and New York: Routledge.
- Guba, E. and Lincoln, Y. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. Newbury Park, California: Sage Publications.
- Rotariu, Traian, Iluț, Petru (1999) *Ancheta sociologică și sondajul de opinie. Teorie și practică*, București, Editura Polirom.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd edition). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Silverman, David (Ed). (2011). *Qualitative Research: Issues of Theory, Method and Practice*, Third Edition. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage Publications

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;	- prezentarea (individual sau în echipă) a unui studiu de caz. - Participare la lucrările în echipă.	25%



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



	- rezolvarea completă și corectă a cerințelor.		
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

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 de 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 MANAGERIALĂ				
Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Sorin Ivan				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Anul de studiu	II	Semestrul	III	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					175 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					70
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					50
Tutoriat					5
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					175
3.8. Total ore pe semestru					42
3.9. Numărul de credite					7



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



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 domeniului comunicării manageriale - cunoașterea principalelor repere teoretice legate de comunicarea organizațională, comunicarea internă și comunicarea managerială - dezvoltarea de abilități de problematizare, analiză și argumentare asupra contextelor de comunicare organizațională, 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 comunicării interne și a comunicării manageriale - explicarea principalelor obiective ale comunicării manageriale (asigurarea coeziunii identitare a organizației, crearea de valori organizaționale, asigurarea de circuite de comunicare funcționale între diferite paliere ierarhice) - explicarea principalelor strategii de comunicare managerială și a toolbox-ului contemporan de instrumente de PR utile leadershipului.
	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 organizațională și în comunicarea managerială - analiza fenomenelor de comunicare organizațională 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;



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"> - 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> <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>
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>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>



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>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)

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 manageriale contemporane - Formarea deprinderilor practice de lucru în poziții de management, în cadrul organizațiilor și companiilor
8.2. Obiective specifice	<p>Obiective specifice ale cursului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea strategiilor de comunicare managerială eficientă - Formarea deprinderilor practice de elaborare a unor campanii de comunicare internă, analiza, dezvoltarea și adaptarea stilurilor de leadership

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comunicare managerială, comunicare internă, comunicare organizațională. Surse, istoric și intersecții	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Comunicarea managerială. Influențe ale psihologiei organizaționale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Principii de comunicare în cadrul unei organizații.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Elaborarea planului de comunicare a unei organizații	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Stiluri de leadership și amprente de comunicare în organizații. Rolul managerului în arhitectura comunicațională a unei organizații.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Comunicarea managerială și cultura organizațională. Cum se construiește climatul organizațional.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Redactarea materialelor de comunicare în organizații.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	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



Strategii de comunicare managerială în organizațiile internaționale. Componenta interculturală	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
Dinamica grupului de lucru și rolul comunicării manageriale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Strategii de management al situațiilor de criză. Rolul comunicării manageriale	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Studii de caz în comunicarea managerială. Comunicarea online	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Comunicare internă strategică.	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
Managementul performanței și comunicarea managerială	Prezentarea interactivă a conținutului cursurilor în fața studenților	2 ore
<p>Bibliografie: Bass, Bernard M.; Bass, Ruth; Bass, Bernard M. (2008). <i>The Bass handbook of leadership: theory, research, and managerial applications</i> (4th ed.). New York: Free Press Chen, James "Learn What Stakeholders Are and the Roles That They Play". <i>Investopedia</i>. 2020. Goleman, D.; Boyatzis, R.E.; McKee, A. (2003). <i>The New Leaders: Transforming the art of leadership</i>. London: Sphere Haggai, John Edmund (2009) <i>The Influential Leader 12 Steps to Igniting Visionary Decision Making</i>, Harvest House Publishers. Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana Maria (2020) <i>Comunicare managerială și relații publice</i>, curs universitar. Ivan, Sorin (2022). <i>Culture and communication in the "global village"</i>, Conferința Internațională Educație și Creativitate pentru o Societate Bazată pe Cunoaștere – Științe sociale, politice și umaniste, Universitate Titu Maiorescu. Ivan, Sorin (2014). <i>The Challenge of the New Humanism</i>, Editura Universitară. Ivan, Sorin (2014), <i>The book and the screen. A new paradigm of reading and a new type of culture</i>, Studia Universitatis Petru Maior. Philologia. Kotter, John (2013). "Management Is (Still) Not Leadership". <i>Harvard Business Review</i>. Murphy, Joseph F. (2016) <i>Professional Standards for Educational Leaders. The Empirical, Moral, and Experiential Foundations</i>, SAGE Publications. Northouse, Peter G. (2018). <i>Leadership: Theory and Practice</i> (8th ed.). California: Sage Publication. Weber.,J.L (2020) Communication Management Techniques Every PM Should Know, web, https://www.projectmanager.com/blog/communication-management-techniques Western, Simon (2013). <i>Leadership: A critical text</i>. London: Sage.</p>		
9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Comunicare managerială, comunicare internă, comunicare organizațională. Surse, istoric și intersecții	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



Comunicarea managerială. Influențe ale psihologiei organizaționale	Dezbateri	1 oră
Principii de comunicare în cadrul unei organizații.	Dezbateri	1 oră
Elaborarea planului de comunicare a unei organizații	Dezbateri	1 oră
Stiluri de leadership și amprente de comunicare în organizații. Rolul managerului în arhitectura comunicațională a unei organizații.	Dezbateri	1 oră
Comunicarea managerială și cultura organizațională. Cum se construiește climatul organizațional.	Dezbateri	1 oră
Redactarea materialelor de comunicare în organizații.	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare managerială în organizațiile internaționale. Componenta interculturală	Dezbateri	1 oră
Strategii de comunicare managerială în companii și organizații naționale. Negocierea identității organizaționale.	Dezbateri	1 oră
Dinamica grupului de lucru și rolul comunicării manageriale	Dezbateri	1 oră
Strategii de management al situațiilor de criză. Rolul comunicării manageriale	Dezbateri	1 oră
Studii de caz în comunicarea managerială. Comunicarea online	Dezbateri	1 oră
Comunicare internă strategică.	Dezbateri	1 oră
Managementul performanței și comunicarea managerială	Dezbateri	1 oră
Bibliografie:		
Bass, Bernard M.; Bass, Ruth; Bass, Bernard M. (2008). <i>The Bass handbook of leadership: theory, research, and managerial applications</i> (4th ed.). New York: Free Press		
Chen, James "Learn What Stakeholders Are and the Roles That They Play". <i>Investopedia</i> . 2020.		
Goleman, D.; Boyatzis, R.E.; McKee, A. (2003). <i>The New Leaders: Transforming the art of leadership</i> . London: Sphere		
Haggai, John Edmund (2009) <i>The Influential Leader 12 Steps to Igniting Visionary Decision Making</i> , Harvest House Publishers.		
Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana Maria (2020) <i>Comunicare managerială și relații publice</i> , curs universitar.		
Ivan, Sorin (2022). <i>Culture and communication in the "global village"</i> , Conferința Internațională Educație și Creativitate pentru o Societate Bazată pe Cunoaștere – Științe sociale, politice și umaniste, Universitate Titu Maiorescu.		
Ivan, Sorin (2014). <i>The Challenge of the New Humanism</i> , Editura Universitară.		
Ivan, Sorin (2014), <i>The book and the screen. A new paradigm of reading and a new type of culture</i> , Studia Universitatis Petru Maior. Philologia.		
Kotter, John (2013). "Management Is (Still) Not Leadership". <i>Harvard Business Review</i> .		
Murphy, Joseph F. (2016) <i>Professional Standards for Educational Leaders. The Empirical, Moral, and Experiential Foundations</i> , SAGE Publications.		
Northouse, Peter G. (2018). <i>Leadership: Theory and Practice</i> (8th ed.). California: Sage Publication.		
Weber.,J.L (2020) Communication Management Techniques Every PM Should Know, web, https://www.projectmanager.com/blog/communication-management-techniques		
Western, Simon (2013). <i>Leadership: A critical text</i> . London: Sage.		



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. 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
11.1. Curs /Examen	cunoaștere înțelegere;	și Realizare proiect de cercetare pe o temă relevantă	75%
11.2. Seminar	cunoaștere înțelegere; abilitatea de explicare interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	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 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" din București
Facultatea	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 și relații publice
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	INFORMATIZARE ÎN MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR				
Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Viorel Ionescu				
Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Viorel Ionescu				
Anul de studiu	II	Semestrul	I	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	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	34
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	24
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	97
Total ore pe semestru	125
Numărul de credite	5

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	C1. Managementul organizației și al grupurilor organizaționale C3. Comunicarea, relaționarea și dezvoltarea parteneriatelor organizaționale cu actorii mediului intern și extern al organizației
Competențe transversale	CT1. Atitudine responsabilă față de domeniul academic în abordarea situațiilor-problemă cu grad ridicat de dificultate în vederea soluționării eficiente a acestora, cu respectarea principiilor și a normelor de etică profesională 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	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	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.
7.3. Responsabilitate și autonomie	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	Disciplina își propune să învețe în mod interactiv studenții despre componenta informatizării în managementul întreprinderilor și organizațiilor, cu accent pe colaborarea dintre echipele de securitate a datelor și management.
Obiectivele specifice	Abilitățile dobândite pe parcursul acestui program vor putea să îi ajute pe masteranzi să identifice și să integreze practici ale informatizării IT într-o organizație, la nivel de management.

9. Conținuturi

9.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Aspecte privind contextul informatizării managementului	2		
2. Grupul de produse, procese și resurse implicate în managementului organizațiilor .	2	- prelegere – dezbateri - expunere cu oponent	
3. Colaborarea echipelor de dezvoltare și securitate referitoare la integrare, scop și timp într-un proiect de informatizare a organizațiilor.	2	- lectura interpretativă	

4. Managementul costului informatizării a organizațiilor-instrumente utilizate.	2		
5. Integrarea celor mai bune practici ale informatizării și metodologiile de dezvoltare proiectelor IT într-o organizație	2		
6. Modalități de evaluare a riscului în informatizarea organizațiilor.	2		
7. Instrumente software utilizate în managementul informatizării organizațiilor și studii de caz.	2		
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide) / Project Management Institute. Sixth edition. Newtown Square, PA: Project Management Institute, 2017. Series: PMBOK guide • Project Management Institute. Code of Ethics and Professional Conduct. Available from • http://www.pmi.org/codeofethics 			

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Cum sa folosim Microsoft Project Manager (PM)	2	- brainstorming –ul - problematizarea - studiul de caz - incidentul critic - exercițiul	
2. Resources attribution in Microsoft Project Manager	2		
3. Project costs n Microsoft Project Manager	2		
4. Reports. in Microsoft Project Manager	2		
5. Project options in Microsoft Project Manager	2		
6. Baseline in Microsoft Project Manager	2		
7. Tracking in Microsoft Project Manager	2		
Bibliografie:			
<ul style="list-style-type: none"> • https://us.wicresoft.com/project-online-tour/ • www.irnop.org. The International Research Network on Organizing by Projects • https://templatecollective.com/ • https://tasks.office.com/titumaiorescu.onmicrosoft.com/en-US/Home/Planner/ • laborator virtual pentru testare produse software al Univ TITU MAIORESCU. 			

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 *Informatizarea în instituții* 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	<ul style="list-style-type: none"> - participarea activă și creativă la curs; - utilizarea corectă și adecvată a termenilor de specialitate; - argumentarea științifică a răspunsurilor; 	<ul style="list-style-type: none"> - analiza răspunsurilor și a activității studenților în timpul cursului; - examen scris; 	60%

	- gradul de implicare în activități comune (de echipă).		
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

Conf. univ. dr. Viorel Ionescu

Conf. univ. dr. Viorel Ionescu

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 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 MARKETING ORGANIZAȚIONAL				
Titularul activităților de curs	Lect. univ.dr. Gabriela Popescu				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ.dr. Gabriela Popescu				
Anul de studiu	II	Semestrul	III	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)

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	46
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	4
Tutoriat	5
Examinări	2
Alte activități	0

Total ore studiu individual	97
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 II master CIME

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	<ul style="list-style-type: none">Comunicarea, relaționarea și dezvoltarea parteneriatelor cu actorii mediului intern și extern al organizației
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">Atitudine responsabilă față de mediul organizației în abordarea poziționarea acesteia, stabilirea obiectivelor de viitor și a strategiilor de realizare, stabilirea relațiilor cu ceilalți actori ai mediului organizației

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>
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 mediatică, 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 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)

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Formarea masteranzilor în vederea managementului performant al proceselor comunicaționale din organizații
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea principalelor concepte referitoare la specificul comunicării în organizații Dobândire cunoștințelor necesare de marketing în vederea elaborării de planuri, proiecte și strategii pentru atragerea de resurse pentru organizație, poziționarea corectă și consolidarea poziției organizației în mediul în care activează

9. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive de marketing. Marketing digital	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
2. Clienți, piață, concurență.	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
3. Analiza diagnostic și strategie de marketing.	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
4. Planul de marketing.	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
5. Comunicare de marketing	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
6. Provocări și perspective în marketingul organizațional	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
7. Cercetare de marketing	2	Prelegere, dezbateri, studii de caz	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Constantin C., 2012, <i>Analiza datelor de marketing: aplicații în SPSS</i>, București, Editura C.H. Beck. Cornelissen, J., 2020, <i>Corporate Communication. A Guide to Theory and Practice</i>, 6th ed., London, Sage Datculescu, P., 2012, <i>Cercetarea practică de marketing</i>, București, Brandbuilders Kotler Philip, et al., 1998, <i>Principiile marketingului</i>, București Editura Teora. Mureșan, L., 2022, <i>Influencer marketing – perspectiva utilizatorilor și a experților</i> Ries, A., Trout, J., 2004, <i>Poziționarea – lupta pentru un loc în mintea ta</i>, București, Brandbuilders Ries, A., Trout, J., 2004, <i>Cele 22 de legi imuabile ale marketingului</i>, București, Brandbuilders 			

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Precizări privind modalitatea de desfășurare a cursurilor și seminariilor. Fixarea noțiunilor introductive privind marketingul și comunicarea în organizații.	2	Aplicații practice, studiu de caz	
2. Analiza mediului în care activează o organizație	2	Studiu de caz	
3. Analiza diagnostic și strategie de marketing	2	Studiu de caz	
4. Planul de marketing	2	Studiu de caz	
5. Campania de marketing: rolul comunicării	2	Studiu de caz	
6. Marketing, comunicare și noile tehnologii	2	Studiu de caz	
7. Cercetare de marketing	2	Studiu de caz	

Bibliografie:

- Cox, V. (guest ed.). (2006). Marketing Education: Constructing the Future. Număr special al revistei *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 24, nr. 3.
- Datculescu, P., 2012, Cercetarea practică de marketing, București, Brandbuilders
- Marinescu, V., 2009, Cercetare în comunicare. Metode și tehnici, București, C.H. Beck

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 în învățământ*, precum și de interesul ridicat pe care îl manifestă studenții/absolvenții altor facultăți/ universități pentru acest curs de master.

11. Evaluare

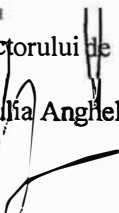
Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	-	-	-
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - participarea activă și conștientă la seminar; - utilizarea corectă și adecvată a termenilor de specialitate; - argumentarea științifică a răspunsurilor; - gradul de implicare 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%
Examen	Elaborarea și susținerea unui proiect constând într-un plan al unei campanii de marketing		60%
Laborator	-	-	-
Proiect	-	-	-

Standard minim de performanță: elaborarea unui plan de marketing, elaborarea unui plan de promovare a unei organizații

Data completării
septembrie 2025

Data avizării în catedră:
24 septembrie 2025

Semnătura Directorului de Departament:
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	Studii universitare de 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	II	Semestrul	III	Tipul de evaluare	V
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)

Număr de ore pe săptămână	2	Curs	-	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	24	Curs	-	Seminar	24	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	6
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități:	

Total ore studiu individual	51
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>
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 mediatică, prin gestionarea riscurilor reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</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>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	<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 comunicării instituționale.</p>
Obiectivele specifice	<p>OS1. Conștientizarea relației dintre management organizațional-etica managementului-leadership, a rolului individului în cadrul procesului de comunicare instituțională.</p> <p>OS2. Aplicarea cunoștințelor acumulate la disciplinele „Comunicare instituțională și leadership”, „Managementul comunicării în organizații”, „Management organizațional” sau „Etica și integritate academică”.</p> <p>OS3. Formarea capacității de rezolvare a aspectelor generale, practice privind domeniul vast al managementului organizațional.</p> <p>OS4. Dezvoltarea capacității de a lucra în cadrul unei echipe și exersarea aptitudinilor de leader.</p> <p>OS5. Elaborarea și gestionarea unor proiecte de nivel minim ca dificultate și înțelegerea importanței respectării principiilor etice fundamentale în cadrul comunicării organizaționale.</p>

9. Conținuturi

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect) Teme Orientative de practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Sisteme de management ale întreprinderii. Managerul și rolul său în cadrul firmei	2		
Sistemul decizional al organizației	2	Stagii De Practică În Instituții Și Organizații	
Exigente actuale și cerințe de ordin etic privind managementul organizațional	2		
Influențele mediului global asupra organizației și managementului acesteia.	4		- brainstorming –ul - problematizarea
Întreprinzătorul, managerul și liderul în comunicarea instituțională	2		- studiul de caz - incidentul critic
Metode și tehnici specifice de management. Metode și tehnici specifice de comunicare în organizație. Eficientizarea comunicării instituționale în cadrul organizației în mod etic.	2		- exercițiul - activitatea cu fișe de lucru - conversația euristică - dezbaterea - problematizarea
Bibliografie:			

- Băcanu, B. (1998) *Management strategic*, București, Editura Teora.
- Cole G.A. (2000) *Managementul personalului*, Editura Codecs, București.
- Goleman D. (2004) *Inteligența emoțională, cheia succesului în viață*, Editura Alfa.
- Dilenschneider, Robert L. (2022) *The Public Relations Handbook*, BenBella Books.
- L'Etang, Jacquie, McKie, David, Snow, Nancy, Xifra, Jordi (2015) *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*, Routledge.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. (2nd ed.). New York: Routledge.
- Nicolescu, O.; Verboncu, I. (2002) *Fundamentele managementului organizației*, Editura Tribuna Economică, București.
- Nicolescu, O. (coord.) (2007) *Sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației*, Editura Economică, București, 2007.
- Theaker, Alison (2025) *The Public Relations Handbook*, Taylor & Francis.
- Stein J.S., Book E. H. (2003) *Forța inteligenței emoționale*, Editura Alfa.
- Usachi, I. (2001) *Management*, Editura ASE, București.
- Verboncu I. (2008) *Strategie-cultură –performanță*, Editura Printech, București.
- Verboncu I. (2006) *Știm să conducem?*, Editura Economică, București.
- *** "Social Media Impact: How Social Media Sites Affect Society". www.apu.apus.edu. Retrieved 16 January 2025.
- *** *European Communication Monitor 2023: Looking back and ahead — 15 years of research on strategic communication*
- *** *A History of Public Relations* (2010), The Institute for Public Relations.

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 sensibile;
- pune în practică cunoștințele asimilate privind principiile etice în cadrul activității de management al organizației și comunicării instituționale;

- înțelege, însuși sau cel puțin exersa trăsăturile unui leader organizațional, 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
septembrie 2025

Semnătura titularului de seminar
lect. univ. dr. Cristina Marghioala

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 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 PROIECTELOR				
Titularul activităților de curs	Lector univ.dr. Mirela Dogaru				
Titularul activităților de seminar	Lector univ.dr. Mirela Dogaru				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	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	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					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					54
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități....					4
3.7. Total ore studiu individual					122
3.8. Total ore din planul de învățământ					150
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6



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



4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	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>
7.2. Aptitudini	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



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>reputaționale și prin prevenția și rezoluția scenariilor de risc și de criză comunicațională.</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>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><i>Obiective generale ale cursului:</i></p> <p>1. Furnizarea cunoștințelor necesare înțelegerii metodologiei și etapelor de implemenare a proiectelor:</p>
8.2. Obiective specifice	<p><i>Obiective specifice ale cursului:</i></p> <p>1. Înțelegerea conceptelor specifice metodologiei managementului de proiect</p>

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Nr. de ore	Observații:
Metodologia managementului de proiect – concepte de bază;	Prelegere interactivă	2	
Tipare și direcții în managementul proiectelor	Prelegere interactivă	2	
Dezvoltarea metodologiei – selectarea strategiei optime de management de proiect	Prelegere interactivă	2	



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



Implementarea metodologiei	Prelegere interactivă	2	
Tipuri de proiecte și tipuri de management de proiect	Prelegere interactivă	2	
Tendențe în managementul de proiect	Prelegere interactivă	2	
Recapitulare	Prelegere interactivă	2	

Bibliografie:

Charvat, Jason, Charvat,(2003). Project Management Methodologies: Selecting, Implementing, and Supporting Methodologies and Processes for Projects, John Wiley & Sons
 Fowler, Martin. "The New Methodology." Available from www.martinfowler.com.
 Hamel, Gary. Leading the Revolution, HBS Press, 2000.
 Highsmith, Jim. Agile Software Development Ecosystems, Boston: Addison-Wesley, 2002.
 Hurley, Brian. Ispeak, October 2002. Musk Industries, Raritan, NJ, 2002.
 Michaelson, G. Sun Tzu, The Art of War for Managers, Adams Media, 2001.
 Musashi, M. (T. Cleary, Translator). The Book of Five Rings. Boston: Shambhala Publications, 2000

9.2. Seminar/laborator	Nr. de ore	Metode de predare	Observații:
Managementul proiectelor – introducere	2	Studiu de caz	
Etapele proiectului	2	Studiu de caz	
Stabilirea echipei a sarcinilor, a etapelor de lucru	2	Studiu de caz	
Implementarea proiectului, ședințe, rapoarte, dezbateri	2	Studiu de caz	
Comunicarera rezultatelor	2	Studiu de caz	
Evaluarea proiectului și raportul final	2	Studiu de caz	
Recapitulare	2	Studiu de caz	



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



Bibliografie
 Charvat, Jason, Charvat,(2003). Project Management Methodologies: Selecting, Implementing, and Supporting Methodologies and Processes for Projects, John Wiley & Sons
 Fowler, Martin. "The New Methodology." Available from www.martinfowler.com.
 Hamel, Gary. Leading the Revolution, HBS Press, 2000.
 Buzan, T. The Mind Map Book Radiant Thinking, London: BBC Books, 1995. p. 29. Cockburn, Alistair. Methodology per Project (October 1999)

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
- Cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina

11. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;		50%
Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- -	50%

10.6. Standard minim de performanță: Să realizeze o lucrare folosind metoda analizei de conținut aplicată unui discurs politic, să parcurgă informațiile prezentate la curs și să își însușească termenii și conceptele de bază.
 Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei; Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat; Minimum nota 5 la seminar; Elaborarea corectă a unei lucrări pe o tematică specifică domeniului studiat.



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 completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

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	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	MANAGEMENTUL SITUAȚIILOR DE CRIZĂ				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Cristina Marghioala				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Cristina Marghioala				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	Tipul de evaluare	E4
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	28	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	108
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	50
Tutoriat	4
Examinări	4
Alte activități	

Total ore studiu individual	133
Total ore pe semestru	150
Numărul de credite	6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
Competențe	Cursul este destinat studenților din anul II 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	C3. Comunicarea, relaționarea și dezvoltarea parteneriatelor organizaționale cu actorii mediului intern și extern al organizației
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	<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>
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>
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> <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)

Obiectivul general al disciplinei	Formarea masteranzilor în vederea managementului performant al proceselor comunicaționale din instituții în situații de criză.
-----------------------------------	--

Obiectivele specifice	OS1. Aprofundarea principalelor concepte referitoare la procesul comunicării de criză și la managementul acestuia. OS2. Însușirea principalelor instrumente necesare în managementul performant al comunicării de criză.
-----------------------	---

9. Conținuturi

9.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
C1. Organizațiile: identitate, imagine, reputație. Managementul identității, imaginii și reputației organizaționale	4	- prelegerea – dezbateri - expunerea cu oponent - conversația euristică - lectura critică - lectura interpretativă	
C2. Definirea crizelor organizaționale. Diferențe între crize și conflicte, urgențe, riscuri, probleme. Tipologii ale conflictelor și crizelor	4		
C3. Riscuri, probleme, conflicte și crize: abordare managerială	2		
C4. Managementul crizelor prin intermediul comunicării de criză	2		
C5. Planificarea managementului crizelor. Planul de management al crizei (PMC) și planul de comunicare de criză (PCC)	4		
C6. Managementul comunicării cu publicurile relevante în situații de criză. Managementul relației cu mass-media pe timp de criză	4		
C7. Formularea mesajelor destinate diferitelor publicuri relevante	4		
C8. Managementul resurselor necesare pentru rezolvarea crizei	2		
C9. Tendințe în evoluția managementului crizelor	2		

Bibliografie

- Chiciudean, Ion; Țoneș, Valeriu. (2010). *Gestionarea crizelor de imagine*. București: comunicare.ro
- Coman, Cristina. (2009). *Comunicarea de criză: tehnici și strategii*. Iași: Polirom.
- Coombs, W. Timothy. (2007). *Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding* (second edition). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Libaert, Thierry. (2008). *Comunicarea de criză*. București: C:H: Beck.
- Ulmer, Robert R.; Sellnow, Timothy L.; Seeger, Matthew W. (2007). *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- **Coombs, W. Timothy** (2022). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (a 4-a ediție). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
Oferă o abordare integrată a managementului crizelor, subliniind importanța comunicării continue și a planificării proactive.
- **Ulmer, Robert R.; Sellnow, Timothy L.; Seeger, Matthew W.** (2023). *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity* (a 3-a ediție). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
Exploră cum crizele pot fi transformate în oportunități printr-o comunicare eficientă și o gestionare strategică.
- **Cole, Thomas A.; Verbinnen, Paul** (2022). *Collaborative Crisis Management: Prepare, Execute, Recover, Repeat*. Chicago: University of Chicago Press.
Propune un model de management al crizelor bazat pe colaborare și adaptabilitate, esențial în contextul actual.

- **Cheng, Cheng; Cameron, Glen T. (2022).** *The Handbook of Crisis Communication* (a 2-a ediție). Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell.
Oferă o revizuire cuprinzătoare a cercetării și practicii în comunicarea de criză, incluzând noi perspective și studii de caz.

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Precizări privind modalitatea de desfășurare a cursurilor și seminariilor. Fixarea noțiunilor introductive privind procesul comunicării de criză	2		
Tipuri de crize organizaționale (Coombs). Moduri de gestionare a diferitelor tipuri de crize	2	- brainstorming –ul - problematizarea - studiul de caz - incidentul critic - exercițiul - activitatea cu fișe de lucru - IAC	
Simulări privind comunicarea cu mass-media în situații de criză	2		
Managementul comunicării interne în situații de criză	2		
Exercițiu de planificare a managementului crizei și a comunicării de criză după un scenariu dat	4		
Noile tehnologii de comunicare de criză și modalități de utilizare a acestora în organizații	2		

Bibliografie:

- *** (recenzie). Ian I. Mitroff. Gus Anagnos. *Managing Crisis before They Happen: What Every Executive Needs to Know about Crisis Management*.
<http://managementcrize.files.wordpress.com/2011/10/01-managing-crises-before-they-happen.pdf>
- Chiciudean, Ion; David, George. (2011). *Managementul comunicării în situații de criză*. București: comunicare.ro
- Coombs, W. T. (2007). *Crisis Management and Communications*.
<http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/>
- Fearn-Banks, Kathleen. (2007). *Crisis Communications: A Casebook Approach*, third edition. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Guth, David W. (1995). Organizational Crisis Experience and Public Relations Roles. *Public Relations Review*, volume 21, p.123-36. <http://managementcrize.files.wordpress.com/2011/10/02-prjcrisis.pdf>
- Mitroff, I. I., & Anagnos, G. (2011). *Managing Crisis Before They Happen: What Every Executive Needs to Know About Crisis Management*. PDF online

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 *Consilierea și managementul resurselor umane în învățământ*.

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 referitor la planificarea comunicării într-o situație de criză cu care se confruntă o organizație.

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

Lect. univ. dr. Cristina Marghioala

Lect. univ. dr. Cristina Marghioala

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, 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	MANAGEMENTUL RESURSELOR INSTITUȚIONALE				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Mirela Dogaru				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Mirela Dogaru				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	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	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	45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	42
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	25
Tutoriat	6
Examinări	2
Alte activități	2

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
Competențe	Cursul este destinat studenților din anul II 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	C2. Managementul programelor și proiectelor organizaționale
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>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>
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> <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>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)

Obiectivul general al disciplinei	Formarea masteranzilor în vederea managementului performant al proceselor comunicaționale din organizații.
Obiectivele specifice	<p>OS1. Aprofundarea principalelor concepte referitoare la specificul comunicării și al marketingului în organizațiile.</p> <p>OS2. Însușirea principalelor tehnici de marketing care pot fi utilizate în procesele organizaționale.</p>

9. Conținuturi

9.1. Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
C1. Organizații și instituții – delimitări conceptuale	2	- prelegerea – dezbateri - expunerea cu oponent - conversația euristică - lectura critică - lectura interpretativă	
C2. Resursele fundamentale pentru funcționarea unei organizații	2		
C3. Managementul resurselor materiale	2		
C4. Managementul resurselor financiare	2		
C5. Managementul resurselor tehnologice	2		
C6. Managementul resurselor umane	2		
C7. Tendințe în evoluția managementului resurselor	2		
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Diop, M. S. (2012). <i>Managementul resurselor umane: noi abordări</i>. București: C. H. Beck. • Fundătura, D. (1999). <i>Managementul resurselor materiale</i>. București: Editura Economică. • Pettinger, R. (2007). <i>Introduction to Management</i>. New York: Palgrave MacMillan. • Porumb, E. M. (2000). <i>Managementul strategic al resurselor materiale</i>. București: Editura Economică. • Srivastava, R.; Misra, A. (2012). <i>Financial Management</i>. New Delhi. 			

9.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Precizări privind modalitatea de desfășurare a cursurilor și seminariilor. Fixarea noțiunilor introductive privind organizațiile, instituțiile, resursele instituționale	2	- brainstorming –ul - problematizarea - studiul de caz - incidentul critic - exercițiul - activitatea cu fișe de lucru - IAC	
Studii de caz privind bunele practici în managementul diferitelor tipuri de resurse instituționale	2		
Instrumente utilizabile în managementul resurselor	2		
Etape ale managementului resurselor: cercetare, planificare, implementare, evaluare	2		
Exerciții de cercetare privind necesarul de resurse instituționale	2		
Exerciții de planificare a diferitelor tipuri de resurse instituționale	2		
Modalități de evaluare a utilizării eficiente a resurselor	2		
Bibliografie:			
<ul style="list-style-type: none"> • *** (2004). <i>Managementul resurselor umane: aplicații</i>. București: Editura Economică. • Armstrong, M. (1991). <i>A Handbook of Management Techniques</i>. London: Kogan Page. • Nkomo, S. M.; Fottler, M. D.; Myron, D.; Bruce, R. (1992). <i>Applications in human resource management : cases, exercises and skill builders</i>. Boston: PWS-Kent. • Onofrei, M. (2007). <i>Management financiar</i>. București: C. H. Beck. • Pitariu, H. D. (1994). <i>Managementul resurselor umane : măsurarea performanțelor profesionale</i>. București: Șansa. 			

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 *Consilierea și managementul resurselor umane în învățământ*.

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 de utilizare a unei resurse instituționale.			

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

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	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	BRAND MANAGEMENT ÎN ERA DIGITALĂ				
Titularul activităților de curs	Lect. univ.dr. Gabriela Popescu				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ.dr. Gabriela Popescu				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	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					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					44
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități....					4
3.7. Total ore studiu individual					122
3.8. Total ore din planul de învățământ					150
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II



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



5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Managementul carierei, dezvoltarea continuă a competențelor profesionale și personale și a performanței instituționale
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>
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 mediatică, 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 medii.</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 specifice domeniului Științe ale comunicării, pentru a dezvolta noi abordări,</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



	metode de cercetare sau producție, inclusiv prin promovarea inovării. R3. Masterandul/absolventul vor dovedi inițiativă, auto-control, precum și capacitate de evaluare și management al riscului, contribuind la crearea unei culturi organizaționale deschise.
--	---

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

7.1. Obiectivele generale ale disciplinei	Obiective generale ale cursului: <ol style="list-style-type: none"> 1. Furnizarea cunoștințelor necesare înțelegerii locului comunicării persuasive în câmpul disciplinelor sociale. 2. Familiarizarea studenților cu provocările noilor media în privința menținerii imaginii organizației.
7.2. Obiective specifice	Obiective specifice ale cursului: <ol style="list-style-type: none"> 1. Înțelegerea conceptelor specifice comunicării interactive și a importanței acestora pentru interacțiunile publice. 2. Dezvoltarea capacității de a analiza imaginea internă și externă a organizației.

9. Conținuturi

9.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore	Observații
1. Era digitală – repere teoretice	Prelegerea magistrală,	2	
2. Branding în era digitală – delimitări conceptuale	Prelegerea magistrală,	2	
3. Atributele brandului în era digitală	Prelegerea magistrală,	2	
4. Identitate, reputație și imagine a brandului în mediul digital	Prelegerea magistrală,	2	
5. Branding în era IA	Prelegerea magistrală,	2	
6. Cercetare și comunicare în era digitală	Prelegerea magistrală,	2	
7. Evaluarea eficienței comunicării în construirea unui brand	Prelegerea magistrală,	2	
Pluralism politic și pluralism mediatic			

Bibliografie:

Van Riel, Cees, B.M., Fombrun, Charles, J., (2007), *Essentials of Corporate Communication*, New York, Routledge.

Olins, Wally, (2003). *Noul Ghid de Identitate*, București: Comunicare.ro.

Olins, Wally, (2013). *The Shapes of Brands to Come*, London: Thames&Hudson.

Oliver, Sandra, (2004). *A Handbook of Corporate Communication and Public Relations*, London, New York: Routledge.

9.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Nr.ore	Observații:
1. Comunicarea și brandul – elemente vizuale și de design	Studiu de caz - Starbucks	2	
2. Identitate, reputație și imagine de brand în era digitală	Studiu de caz – Branding în domeniul bancar	2	



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



3. Influenceri și branding digital	Studiu de caz – personal branding	2	
4. Local și global în brandingul digital	Studiu de caz – brandul de loc	2	
5. Comunicării corporativă în construirea brandului intern	Studiu de caz – brandul de angajator	2	
6. Recapitulare	Studiu de caz – evaluarea comunicării externe	2	

Bibliografie

Van Riel, Cees, B.M., Fombrun, Charles, J., (2007), *Essentials of Corporate Communication*, New York, Routledge.
 Olins, Wally, (2003). *Noul Ghid de Identitate*, București: Comunicare.ro.
 Olins, Wally, (2013). *The Shapes of Brands to Come*, London: Thames&Hudson.
 Oliver, Sandra, (2004). *A Handbook of Corporate Communication and Public Relations*, London, New York: Routledge.

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
- Cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina

11. Evaluare

Tip activitate	11.1. Criterii de evaluare	11.2. Metode de evaluare	11.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Proiect de semestru	50%
Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- -	50%

11.6. Standard minim de performanță: Să realizeze o lucrare folosind metoda analizei de conținut aplicată unui discurs politic, să parcurgă informațiile prezentate la curs și să își însușească termenii și conceptele de bază.

Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei;



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



Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat;
Minimum nota 5 la seminar;
Elaborarea corectă a unei lucrări pe o tematică specifică domeniului studiat.

Data completării
septembrie 2025

_____ de seminar
lect. univ. dr. Gabriela Popescu

Data avizării în catedră:

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 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. Crînguța Pelea				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	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	2	Curs	-	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	24	Curs	-	Seminar	24	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	8
Tutoriat	1
Examinări	1
Alte activități:	

Total ore studiu individual	51
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	-



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



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Managementul carierei, dezvoltarea continuă a competențelor profesionale și personale și a
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>
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>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>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>



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

8. Conținuturi

8.2. Aplicații (Seminar/laborator/proiect) Teme Orientative de practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Sisteme de management ale întreprinderii. Managerul și rolul său în cadrul firmei	2	Stagii De Practică În Instituții Și Organizații	
Sistemul decizional al organizației	2		
Exigențe actuale și cerințe de ordin etic privind managementul organizațional	2		
Influențele mediului global asupra organizației și managementului acesteia.	4		- brainstorming –ul - problematizarea
Întreprinzătorul, managerul și liderul în comunicarea instituțională	2		- studiul de caz - incidentul critic
Metode și tehnici specifice de management. Metode și tehnici specifice de comunicare în organizație. Eficientizarea comunicării instituționale în cadrul organizației în mod etic.	2		- exercițiul - activitatea cu fișe de lucru - conversația euristică - dezbateră - problematizarea
Bibliografie:			
Băcanu, B. Management strategic, București, Editura Teora, 1998.			
Cole G.A.-Managementul personalului, Editura Codecs, București, 2000.			
Goleman D.-Inteligența emoțională, cheia succesului în viață, Editura Alfa, 2004.			
Nicolescu, O.; Verboncu, I., Fundamentele managementului organizației, Editura Tribuna Economică, București, 2002.			
Nicolescu, O. (coord.), Sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației, Editura Economică, București, 2007.			
Stein J.S., Book E. H.-Forța inteligenței emoționale, Editura Alfa, 2003.			
Usachi, I. –Management, Editura ASE, București, 2001.			
Verboncu I.-Strategie-cultură –performanță, Editura Printech, București 2008.			
Verboncu I.,-Știm să conducem?, Editura Economică, București, 2006.			
*** "Social Media Impact: How Social Media Sites Affect Society". www.apu.apus.edu.			



Retrieved 16 January 2025.

*** European Communication Monitor 2023: Looking back and ahead — 15 years of research on strategic communication

*** A History of Public Relations (2010), The Institute for Public Relations.

7. 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 sensibile;
- pune în practică cunoștințele asimilate privind principiile etice în cadrul activității de management al organizației și comunicării instituționale;
- înțelege, însuși sau cel puțin exersa trăsăturile unui leader organizațional, 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.



10. 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
Octombrie 2025

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

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025

Semnătura Directorului

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	Masterat
Programul de studii/calificarea	Comunicare Instituțională și Management Organizațional
Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	PRACTICA DE CERCETARE ÎN VEDEREA ELABORĂRII DISERTAȚIEI				
Titularul activităților de curs					
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Iulia Anghel				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	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	3	Curs		3	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ		Curs	Seminar	42	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	-
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
Tutoriat	10
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	-



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



5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului		
Desfășurare aplicații	Seminar	Sală cu videoproiector
	Laborator	-
	Proiect	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe specifice (competențe generale sunt menționate în fișa specializării)	
	<p>1. Cunoaștere și înțelegere</p> <ul style="list-style-type: none"> - Însușirea corectă a conceptelor-cheie privind cercetarea în științele comunicării; - Formularea temei de cercetare și dezvoltarea unor abilități avansate de analiză științifică, de management al resurselor bibliografice și de inovare în planul metodologic și teoretic; - Identificarea metodei de cercetare, definirea obiectivelor cercetării, elaborarea instrumentului de cercetare și plasarea cercetării individuale în contextul specific al domeniului studiat; - Analizarea rezultatelor cercetării, formularea concluziilor, propunerea unor teme viitoare de aprofundare a cunoașterii, identificarea impactului cercetării individuale asupra comunității academice a Universității, dar și asupra mediului academic în genere; - Identificarea surselor de documentare (autori, edituri, site-uri etc.) și redactarea corectă a lucrării de disertație, respectând regulile și normele actuale privind citarea și prevenirea plagiatului
	<p>2. Explicare și interpretare</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicarea cadrului de elaborare a unei lucrări de disertație, prin stabilirea unui orizont de relevanță a cercetării, prin racordarea temei de cercetare la misiunea, valorile și obiectivele Universității, utilizarea demersurilor de cercetare pentru determinarea progresului social, a incluziunii, a promovării valorilor democratice și a dialogului intercultural. - Detalierea și fundamentarea metodelor și instrumentelor de cercetare, plasate în directă corelație cu obiectivele specifice ale demersurilor de cercetare și favorizând în ansamblu inovarea socială, progresul și valorile umaniste.
	<p>3. Instrumental – aplicativ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dezvoltarea capacității de a derula demersuri de cercetare avansată, bazate pe teme relevante, cu obiective pragmatice și implicând metodologii adecvate specificului cercetării. - Crearea unei culturi academice coerente, axate pe valori centrale precum excelență, inovare, progres societal
	<p>4. Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cultivarea unor valori fundamentale în cercetarea și viața academică, crearea unor arhitecturi de cercetare moderne și flexibile, ce implică participarea studenților și masteranzilor); - Implicarea activă a masteranzilor în structurile de cercetare și crearea presupuzițiilor necesare dezvoltării unor parteneriate moderne cu reprezentanți ai sferei profesionale, alumni, mediu academic.

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</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>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>
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>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>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 (rezultate din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	Seminarul contribuie, în mod practic, la elaborarea lucrărilor de licență ale studenților
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilirea unui plan concret de lucru: etape, termene de realizare, feedback; • Însușirea cunoștințelor referitoare la surse de documentare, sisteme academice de citare, reguli de redactare academică; • Formularea temei de cercetare și identificarea metodei de cercetare • Stabilirea și formularea obiectivelor de cercetare, elaborarea și aplicarea instrumentului de cercetare • Analizarea rezultatelor cercetării și formularea concluziilor

9. Conținut

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Documentare în vederea elaborării disertației. Planul lucrării	3	Exerciții practice	
2. Reguli de redactare a disertației: citarea surselor bibliografice	3	Exerciții practice	
3. Metodologia cercetării. Formularea temei de cercetare	3	Exerciții practice	



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



4. Metodologia cercetării. Obiectivele cercetării, stabilirea metodei de cercetare și a instrumentului de cercetare	3	Exerciții practice	
5. Cercetare calitativă. Formularea întrebărilor de cercetare, elaborarea instrumentului de cercetare	3	Exerciții practice	
6. Cercetare cantitativă. Formularea ipotezelor, elaborarea instrumentului de cercetare		Exerciții practice	
7. Susținerea disertației: reguli de prezentare în fața publicului	3	Exerciții practice	
8. Susținerea părții teoretice a licenței: documentare, redactare, inserarea bibliografiei		Exerciții practice	
9. Analiza rezultatelor cercetării (I)	3	Exerciții practice	
10. Analiza rezultatelor cercetării (II)	3	Exerciții practice	
11. Susținerea părții aplicative a lucrării.	3	Exerciții practice	
12. Susținerea disertației: prezentarea contribuției personale a studentului (I)	3	Exerciții practice	
13. Susținerea disertației: prezentarea contribuției personale a studentului (II)	3	Exerciții practice	
14. Recapitulare	3	Exerciții practice	

Bibliografie recomandată

Angelova-Stanimirova, A., & Lambovska, M. (2024) *Your Article is Accepted. Academic Writing for Publication: A Deep Dive into International Research on Challenges and Strategies*. Journal of Language and Education, 10(3), 108-127.

Bailey, Stephen (2021) *Academic Writing for University Students*, Routledge.

Cauc, I., Manu B., Pârlea, D., Goran, L., (2004), *Metodologia Cercetării Sociologice. Metode și tehnici de cercetare*, ed. II, Editura Fundației România de Mâine, București.

Creame, Phyllis, Lea, Mary (2008) *Writing At University: A Guide For Students*, McGraw-Hill Education.

Roozen, Kevin. (2015) "Texts Get Their Meaning from Other Texts." *Naming What We Know: Threshold Concepts in Writing Studies*, Adler-Kassner & Wardle

Matei, C.S., (2016) *Cercetarea în științele comunicării: elemente de metodologie și euristică*, Ars Docenti, București

Nash, Robert J. (2004). *Liberating Scholarly Writing: The Power of Personal Narrative* (New York; London: Teachers College Press)

Roe, Steven C., H. den Ouden, Pamela, *Academic Writing*, Third Edition: The Complete Guide, Canadian Scholars.

Râpeanu, G., Rădulescu, S.I., (1997), *Metode și tehnici de cercetare sociologică: antologie de texte*, Intact, București

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

În vederea stabilirii conținuturilor, alegerii metodelor de predare/învățare titularii disciplinei au organizat mai multe întâlniri cu reprezentanți din domeniul comunicării și relațiilor publice. De asemenea, la discuțiile legate de stabilirea conținuturilor formative ale disciplinei au participat și alte cadre didactice, în vederea identificării așteptărilor angajatorilor din domeniu și coordonării cu alte programe similare din



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



[cadrul altor instituii de învățământ superior.

11. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	-	-	-
Seminar	Realizarea unor proiecte pe baza cunoștințelor predate la curs și studierii bibliografiei recomandate	Evaluare pe parcurs studii de caz, grad de implicare	50%
Laborator			
Examen		Susținerea proiectului de cercetare (colocviu)	50%

Standard minim de performanță:
Elaborarea unui plan de comunicare
Elaborarea unor produse de promovare și comunicare

Data completării:

Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2025

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	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	MANAGEMENTUL CULTURII ORGANIZAȚIONALE				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Mirela Dogaru				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Mirela Dogaru				
Anul de studiu	II	Semestrul	III	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	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	75
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat	20
Examinări	5
Alte activități	-

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

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	Managementul organizației și al grupurilor 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	C2. Masterandul /absolventul vor acumula cunoștințe teoretice solide, putând opera cu termeni, concepte și modele specifice domeniului științelor sociale. C3. Masterandul /absolventul vor demonstra stăpânirea, înțelegerea și aplicarea eficientă a tehnicilor, tacticilor și instrumentelor specifice proceselor de comunicare tradiționale și celor digitale. C5. Masterandul/absolventul vor operaționaliza și integra teorii și instrumente metodologice din spații complementare domeniului Științe ale comunicării.
7.2. Aptitudini	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. A3. Masterandul/absolventul vor avea capacitatea de a integra cunoștințe interdisciplinare, pentru a crea materiale de relații publice ce răspund provocărilor paradigmei digitale. 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	R1. Masterandul/absolventul vor aduce contribuții semnificative la procesele de inovare socială, la dezvoltarea comunităților profesionale și a organizațiilor în care sunt membrii activi. 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 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 în managementul organizației. Principii și funcții manageriale	2		
C2. Individul în organizație. Atitudini și satisfacție profesională	2	- prelegerea – dezbateri - expunerea cu oponent	
C3. Individul în organizație. Personalitate și valori	4	- conversația euristică	
C4. Individul în organizație. Percepții. Luarea deciziilor	4	- lectura critică	
C5. Motivarea. Teorii ale motivării	4	- lectura interpretativă	
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		
Obținerea atitudinii orientate către performanță. Valorile individuale ale angajaților. Alinierea valorilor individuale la cele ale organizației	2	- brainstorming –ul - problematizarea - studiul de caz - incidentul critic	
Motivarea angajaților. Aplicarea teoriilor motivării prin studii de caz.	2	- exercițiul - activitatea cu fișe de lucru	
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. 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

Data avizării în catedră:

24 septembrie 2025