

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	STRATEGII DE PR ORGANIZAȚIONAL HR				Codul disciplinei	UMR4311		
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină	Asist. univ. dr. Mihnea Stoica							
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect – asistent	Asist. univ. dr. Mihnea Stoica							
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	4	2.6. Tipul de evaluare	CON	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DO
							Obligativitate	Obligatorie DA

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	2	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore pe semestru – forma Învățământ la distanță	150	din care: 3.5. SI	136	3.6. ST (7) + SF (7)	7+7 =14
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual					ore
3.5.1. Studiul după bibliografie și notițe					62
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					28
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)					2
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual		136			
3.8. Total ore pe semestru (număr ECTS x 25 de ore)		150			
3.9. Numărul de credite		6			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu e cazul
4.2. de competențe	Nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- Înțelegerea și utilizarea limbajului de specialitate din științele comunicării;- Definirea și utilizarea principalelor concepte specifice în domeniul strategiilor de PR organizațional și al resurselor umane;- Dezvoltarea abilităților de analiză a diferitelor tipuri de organizații;- Identificarea, înțelegerea și utilizarea teoriilor cu privire la comunicarea interculturală în cadrul organizațiilor;- Dezvoltarea abilităților de analiză și de utilizare a instrumentelor, metodelor, tehnicilor și strategiilor specifice domeniului relațiilor publice;- Formularea de ipoteze, operaționalizarea conceptelor, explicarea și interpretarea rezultatelor analizelor referitoare la strategiile de PR organizațional;- Analiza datelor empirice și evaluarea acestora;- Realizarea și promovarea unor produse specifice relațiilor publice;- Dezvoltarea și implementarea ideilor creative;- Identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru evaluarea rezultatelor strategiilor implementate;- Dezvoltarea abilităților de analiză și concepție a campaniilor de relații publice (mesaje de relații publice, planuri media, machete de presă, evenimente de relații publice etc.).- Elaborarea unor proiecte de cercetare în domeniul comunicării interne în organizații- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) proprii domeniului comunicării;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">- Abordare teoretică și empirică argumentată- Gândire critică- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară- Capacitate de analiză- 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 într-o echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;- Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserției și a menținerii adaptabilității la cerințele pieței muncii

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea comunicării organizaționale și a rolului său în strategiile de HR
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">- înțelegerea profilului organizațiilor;- familiarizarea cu idei specifice comunicării organizaționale și punerea lor în legătură cu strategiile de HR;

	- punerea în practică a tuturor cunoștințelor acumulate prin analizarea unui studiu de caz recent și relevant.
--	--

8. Conținuturi

8.1. SI	Metode de predare	Observații
PR extern vs. PR intern	Studiu individual	10% din total SI
Strategiile de comunicare internă și rolul lor	Studiu individual	10% din total SI
Culturi naționale și culturi organizaționale	Studiu individual	20% din total SI
Dialogul intercultural ca strategie de PR intern	Studiu individual	10% din total SI
Strategii de PR ale organizațiilor politice	Studiu individual	10% din total SI
Motivarea angajaților	Studiu individual	10% din total SI
Leadership și strategii de comunicare internă în organizații publice	Studiu individual	10% din total SI
Rolul social media în comunicarea internă	Studiu individual	10% din total SI
Storytelling-ul ca strategie de succes în PR-ul intern	Studiu individual	10% din total SI

Bibliografie:

BIBLIOGRAFIE OBLIGATORIE:

Hofstede, Geert, Hofstede, Geert Jan, Monkov, Michael. *Culturi și organizații. Softul mental*, București: Humanitas, 2012.

Albrecht, Maryann H. (editor). *International HRM: Managing diversity in the workplace*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2001.

BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ:

Adkin, Elaine; Jones, Gordon; Leighton, Patricia. *Resurse umane: Ghid propus de The Economist Books*, București: Editura Nemira, 1999

Chirică, Sofia. *Inteligența organizațiilor*, Cluj Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2003.

Coman, Cristina, *Relațiile publice. Principii și stratgii*, Iași: Editura Polirom, 2001.

Denning, Stephen, *The leaders guide to storytelling. Mastering the Art and Discipline of Business Narrative*, San Francisco: Jossey-Bass, 2005.

Dolphin, R. R. (2005). "Internal communications: Today's strategic imperative", în *Journal of marketing communications*, Vol. 11, Nr. 3, pp. 171-190.

Fenton Taylor, J., Carroll, J. (2010), "Corporate culture narratives as performance of organizational meaning", în *Qualitative Research Journal*, Vol. 10, Nr. 1, pp. 28-39.

Iacob, Dumitru, Cismaru, Ana-Maria. *Organizația inteligentă: 10 teme de managementul organizației*, București: comunicare.ro, 2002.

Kennan, W. R., Hazleton, V. (2006). "Internal public relations, social capital, and the role of effective organizational communication", în *Public relations theory II*, pp. 311-338.

Men, L. R. (2014). "Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction", în *Management Communication Quarterly*, Vol. 28, Nr. 2, pp. 264-284.

Mishra, K., Boynton, L., Mishra, A. (2014). "Driving employee engagement: The expanded role of internal communications", în *International Journal of Business Communication*, Vol. 51, Nr. 2, pp. 183-202.

Newsom, Dough, Van Slyke, Judy, Kruckenberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Iași: Editura Polirom, 2003.

Steyn, B. (2004). "From strategy to corporate communication strategy: A conceptualization", în *Journal of Communication Management*, Vol. 8, Nr. 2, pp. 168-183.

Verčić, A. T., Verčić, D., Sriramesh, K. (2012). "Internal communication: Definition, parameters, and the future", în *Public relations review*, Vol. 38, Nr. 2, pp. 223-230.

Welch, Mary, Jackson, Paul R. (2007), "Rethinking internal communication: a stakeholder approach", în *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 12, Nr. 2, pp. 177-198.

8.2. ST	Metode de predare- învățare	Observații
Rezvolrea spețelor de PR intern și PR extern din suportul de curs	Studiu individual + interacțiune cu tutorele	Discuții pe marginea soluțiilor oferite de studenți acestor studii de caz au loc în cadrul întâlnirilor față în față sau în cadrul întâlnirilor online.
Prezentarea unui studiu de caz	Analiză individuală + Interacțiune cu tutorele	Studenții vor identifica un studiu de caz recent și relevant pentru disciplina studiată, pe marginea căruia vor realiza o analiză, punând în evidență conceptele studiate. Totodată, studiul de caz va cuprinde propuneri de eficientizare a strategiei de PR astfel încât organizația să evite situații similare în viitor.

Bibliografie:

BIBLIOGRAFIE OBLIGATORIE:

Hofstede, Geert, Hofstede, Geert Jan, Monkov, Michael. *Culturi și organizații. Softul mental*, București: Humanitas, 2012.

BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ:

Butler, Richard. *Designing organizations – a decision-making perspective*, New York: Routledge, 1991.

Chiru, Irena. *Comunicare interpersonală*, București: Tritonic, 2003.

Chung, J.Y., Lee, J., Heath, R.L. (2013). "Public Relations Aspects of Brand Attitudes and Customer Activity", în *Public Relations Review*, Nr. 39, pp. 432 – 439.

Coman, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Iași: Editura Polirom, 2001.

Cook, Niall. *Enterprise 2.0: How social software will change the future of work*. Routledge, 2017.

Dolphin, R. R. (2005). "Internal communications: Today's strategic imperative", în *Journal of marketing communications*, Vol. 11, Nr. 3, pp. 171-190.

Fenton Taylor, J., Carroll, J. (2010), "Corporate culture narratives as performance of organizational meaning", în *Qualitative Research Journal*, Vol. 10, Nr. 1, pp. 28-39.

Kennan, W. R., Hazleton, V. (2006). "Internal public relations, social capital, and the role of effective organizational communication", în *Public relations theory II*, pp. 311-338.

Krouwel, Andre, *Party Transformations in European Democracies*, New York: State University of New York Press, 2012.

Mishra, K., Boynton, L., Mishra, A. (2014). "Driving employee engagement: The expanded role of internal communications", în *International Journal of Business Communication*, Vol. 51, Nr. 2, pp. 183-202.

Newsom, Dough, Van Slyke, Judy, Kruckenberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Iași: Editura Polirom, 2003.

Papageorgiou, D. S. *Employees' Perspectives on Social Media Internal Communication Platforms' use and its impact on Affective Commitment A qualitative case study in the Hospitality Industry*, University of Gothenburg, 2015.

Verčič, A. T., Verčič, D., Sriramesh, K. (2012). "Internal communication: Definition, parameters, and the future", în *Public relations review*, Vol. 38, Nr. 2, pp. 223-230.

Welch, Mary, Jackson, Paul R. (2007), "Rethinking internal communication: a stakeholder approach", în *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 12, Nr. 2, pp. 177-198.

8.3. SF	Metode de transmitere a informației	Observații
Comunicarea internă și rolul culturii în definirea strategiei de PR	Prezentare orală/ Activități interactive	
Motivare, leadership transformațional și comunicare eficientă. Tendințe în definirea identității organizaționale	Prezentare orală/ Activități interactive	
Bibliografie:		
Bibliografie:		
BIBLIOGRAFIE OBLIGATORIE:		
Hofstede, Geert, Hofstede, Geert Jan, Monkov, Michael. <i>Culturi și organizații. Softul mental</i> , București: Humanitas, 2012.		
Albrecht, Maryann H. (editor). <i>International HRM: Managing diversity in the workplace</i> . Oxford: Wiley-Blackwell, 2001.		
BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ:		
Adkin, Elaine; Jones, Gordon; Leighton, Patricia. <i>Resurse umane: Ghid propus de The Economist Books</i> , București: Editura Nemira, 1999		
Butler, Richard. <i>Designing organizations – a decision-making perspective</i> , New York: Routledge, 1991.		
Chirică, Sofia. <i>Inteligența organizațiilor</i> , Cluj Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2003.		
Chiru, Irena. <i>Comunicare interpersonală</i> , București: Tritonic, 2003.		
Chung, J.Y., Lee, J., Heath, R.L. (2013). "Public Relations Aspects of Brand Attitudes and Customer Activity", în <i>Public Relations Review</i> , Nr. 39, pp. 432 – 439.		
Coman, Cristina, <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i> , Iași: Editura Polirom, 2001.		
Cook, Niall. <i>Enterprise 2.0: How social software will change the future of work</i> . Routledge, 2017.		
Denning, Stephen, <i>The leaders guide to storytelling. Mastering the Art and Discipline of Business Narrative</i> , San Francisco: Jossey-Bass, 2005.		
Dolphin, R. R. (2005). "Internal communications: Today's strategic imperative", în <i>Journal of marketing communications</i> , Vol. 11, Nr. 3, pp. 171-190.		
Fenton Taylor, J., Carroll, J. (2010), "Corporate culture narratives as performance of organizational meaning", în <i>Qualitative Research Journal</i> , Vol. 10, Nr. 1, pp. 28-39.		
Iacob, Dumitru, Cismaru, Ana-Maria. <i>Organizația inteligentă: 10 teme de managementul organizației</i> , București: comunicare.ro, 2002.		

Kennan, W. R., Hazleton, V. (2006). "Internal public relations, social capital, and the role of effective organizational communication", în *Public relations theory II*, pp. 311-338.

Krouwel, Andre, *Party Transformations in European Democracies*, New York: State University of New York Press, 2012.

Men, L. R. (2014). "Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction", în *Management Communication Quarterly*, Vol. 28, Nr. 2, pp. 264-284.

Mishra, K., Boynton, L., Mishra, A. (2014). "Driving employee engagement: The expanded role of internal communications", în *International Journal of Business Communication*, Vol. 51, Nr. 2, pp. 183-202.

Newsom, Dough, Van Slyke, Judy, Kruckenberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Iași: Editura Polirom, 2003.

Papageorgiou, D. S. *Employees' Perspectives on Social Media Internal Communication Platforms' use and its impact on Affective Commitment A qualitative case study in the Hospitality Industry*, University of Gothenburg, 2015.

Steyn, B. (2004). "From strategy to corporate communication strategy: A conceptualization", în *Journal of Communication Management*, Vol. 8, Nr. 2, pp. 168-183.

Stoica, Mihnea-Simion, *Populismul în Europa. Dezvoltare istorică, discurs politic și susținători ai dreptei radicale*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2017.

Verčić, A. T., Verčić, D., Sriramesh, K. (2012). "Internal communication: Definition, parameters, and the future", în *Public relations review*, Vol. 38, Nr. 2, pp. 223-230.

Welch, Mary, Jackson, Paul R. (2007), "Rethinking internal communication: a stakeholder approach", în *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 12, Nr. 2, pp. 177-198.

8.4. L/P	Metode de predare- învățare	Observații

Bibliografie:

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

Conținutului disciplinei *Strategii de PR organizațional HR* a fost elaborat astfel încât să releve cele mai recente tendințe din domeniul comunicării organizaționale interne, astfel cum acestea au fost identificate de specialiștii în Resurse Umane cu care Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate menține un dialog constant – atât din cadrul instituțiilor publice, cât și din cadrul mediului de business din România. Aceste cadre de colaborare permit o înțelegere fidelă a nevoilor

pieței, astfel încât pregătirea absolvenților să fie cât mai apropiată cerințelor cărora vor trebui să le răspundă. Totodată, au fost consultate conținuturi ale disciplinelor similare oferite de alte universități europene.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. SI (curs)	- evaluarea cunoștințelor acumulate și a înțelegerii acestora prin modul în care sunt utilizate - evaluarea modului în care este utilizată terminologia specifică - evaluarea modului în care este utilizată metoda de cercetare	Examen final	50%
10.5. ST /L/ P	- evaluarea problematicilor ridicate și a observațiilor - evaluarea propunerilor aduse pe baza observațiilor - evaluarea argumentelor	<ul style="list-style-type: none"> • Rezolvarea spețelor de PR intern și PR extern • Prezentarea unui studiu de caz (și încărcarea prezentării pe moodle) 	<ul style="list-style-type: none"> • 20% • 30%
10.6. Standard minim de performanță La finalul semestrului, studentul trebuie să cunoască rolul PR-ului organizațional, astfel încât să înțeleagă utilitatea comunicării interne și să poată formula soluții coerente în acord cu nevoile și profilul organizațiilor care constituie studiile sale de caz. Pentru nota minimă, un student trebuie fie să realizeze o analiză comprehensivă asupra studiului de caz relevant ales și să demonstreze cunoștințe suficiente în rezolvarea diferitelor spețe prezentate.			

Coordonator de disciplină
Asist. Univ. Dr. Mihnea Stoica

Asistent
Asist. Univ. Dr. Mihnea Stoica

Data
Februarie 2018

Responsabil de studii ID/IFR,
Prof. univ. dr. Delia Cristina Balaban