

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica din Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale Comunicării / Departamentul de Comunicare și Limbi Străine
1.3 Catedra	-
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Responsabilitate socială corporativă						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Vasile Gherheș						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Vasile Gherheș						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DCAV

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care:3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					8
Examinări					6
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	119				
3.8 Total ore pe semestru	56				
3.9 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Fundamentele relațiilor publice, Publicitate, Campanii de relații publice
4.2 de competențe	Capacitatea de analiză și sinteză, muncă în echipă, realizarea și implementarea de campanii de RP

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare. Materiale suport: laptop, proiector, tablă.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Sală mică sau medie, dotată cu rețea de calculatoare și acces la internet, tablă/flipchart

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁴	Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării aplicate în mediul de afaceri
	Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în vederea rezolvării eficiente și creative a unor situații din mediul de afaceri și sfera publică;

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3);

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina;

³ Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului;

⁴ Aspectul competențelor profesionale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS

(http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct.

1.4, programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă și materia în cauză

	Planificarea și realizarea unor campanii de relații publice și comunicare specifice mediului de afaceri;;
Competențe transversale	Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații de comunicare profesională în mediul de afaceri, în vederea soluționării eficiente, etice și deontologice a acestora; Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice, specifice sferei comunicării în mediul de afaceri;

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea și înțelegerea conceptelor: responsabilitate socială corporativă, dezvoltare socială durabilă, comportament organizațional
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Formarea unor capacități de a transpune în practică cunoștințele dobândite Dezvoltarea unor abilități de analiză și interpretare a datelor

8. Conținuturi

8.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare
CSR – corporații multinaționale, globalizare, responsabilitate și responsabilizare	2h	Dezbaterea, expunerea, exemplificarea
Istoricul responsabilității sociale corporatiste	2h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
Conceptualizarea și operaționalizarea eticii și responsabilității sociale corporative	2h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
Principiile eticii în afaceri și codurile de conduită	2h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
Teorii dedicate responsabilității sociale corporative	2h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea
Critici aduse responsabilității sociale corporative	2h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, exemplificarea
Dezvoltarea durabilă și responsabilitatea socială corporativă	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
CSR – și relații publice (PR); rolul PR-ului în activitatea de CSR sau CSR-ul ca instrument de PR	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
Responsabilitatea socială corporativă în Europa	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, exemplificarea, documentarea pe web
Responsabilitatea socială corporativă în România	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, exemplificarea, documentarea pe web

Bibliografie

- Iamandi, Irina-Eugenia, Filip, Radu. „etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale”, Editura Economică, București, România, 2008
- Veronica Ioana Ilieș, „Relațiile Publice și Responsabilitatea Socială Corporativă: teorie și acțiune socială”, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2012
- Ciprian Obrad, Responsabilitatea socială a companiilor din România, Editura Pro Universitaria, București, 2011
- Ciprian Obrad, Dalia Petcu, Vasile Gherhes, Sorin Suci, Corporate Social Responsibility in Romanian Companies - Between Perceptions and Reality, Amfiteatru Economic, ASE, Romania, ISSN 1582-9146, 2011,

Bibliografie facultativă

- Collins Jim, Porras Jerry. *Afaceri clădite să dureze. Obiceiurile de succes ale companiilor vizionare*, Curtea veche: București, 2006
- Diaconu Bogdan. *Etica Societății instituționalizate. Trei dimensiuni ale responsabilității sociale: legea, statul și mediul de afaceri*, Curtea veche: București, 2009
- Kotler Philip, Lee Nancy. *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for your Company and your Cause*, Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2005
- Oprea Luminița. *Responsabilitate socială corporativă*, Tritonic: București, 2005
- Young Stephen. *Capitalismul moral. O reconciliere a interesului privat cu binele public*, București, Ed. Curtea Veche, 2009
- Zamfir Cătălin, Stănescu Simona (coord.). *Enciclopedia Dezvoltării Sociale*, Ed. Polirom, Iași, 2007.

8.2 Seminar / laborator	Nr. ore	Metode de predare
Analiza și identificarea legăturilor dintre activitățile CSR inițiate de firme și competitivitatea acestora pe termen mediu și lung.	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Analiza principalelor tipuri de strategii manageriale „responsabile”.	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Inventarul metodic al studierii relației dintre	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea,

stakeholderii responsabilității social corporative		problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Colectarea informațiilor și a cazurilor de bune practici de afaceri, a inițiativelor CSR din România și Uniunea Europeană.	4h	Prelegerea participativă, dezbateră, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Identificarea și prezentarea unor studii de caz care să releve bunele practici din mediul de afaceri românesc, ilustrând în mod real modul în care activitățile CSR contribuie la creșterea competitivității.	4h	Prelegerea participativă, dezbateră, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Comunitățile umane în calitate de beneficiari ai programelor de responsabilitate sociala corporative (CSR).	4h	Prelegerea participativă, dezbateră, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Orizontul de așteptări sociale al populației privind campaniile de responsabilitate sociala corporativa	2h	Prelegerea participativă, dezbateră, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Sisteme de indicatori privind eficiența campaniilor de CSR	2h	Prelegerea participativă, dezbateră, expunerea, problematizarea, studiu de caz, exemplificarea
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciprian Obrad, Responsabilitatea socială a companiilor din România, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2011 2. Ciprian Obrad, Dalia Petcu, Vasile Gherhes, Sorin Suci, Corporate Social Responsibility in Romanian Companies - Between Perceptions and Reality, Amfiteatru Economic, ASE, Romania, ISSN 1582-9146, 2011, 3. European Multistakeholder Forum on Corporate Social Responsibility (EMSF on CSR) – Final Results and Recommendations, Brussels, Belgium, 29.06.2004, http://www.ec.europa.eu/enterprise/csr/documents/29062004/EMSF_final.report/pdf 4. Diniță, Alexandra – <i>Responsabilitatea socială în România – de unde și încotro?</i>, 2006, www.responsabilitatesociala.ro 5. www.csr-romania.ro 6. http://romaniaresponsabila.ro/ 7. http://undp.ro/libraries/projects/CSR/deliverables/Analiza%20Situatiei%20RSC%20in%20Romania%20RO(1).pdf 		

9. Corelarea conținutului disciplinei cu cerințele specialiștilor din domeniu și cu așteptările angajatorilor reprezentativi

Conținutul disciplinei este corelat cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior din țara și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii, conținutul disciplinei se concentrează pe abilități de organizare, comunicare, relaționare, planificare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințele din aria cursului predat	Examen scris	50 %
10.5 Seminar /laborator	Studiu de caz elaborat pe o temă aleasă din tematica cursului/seminarului.	Portofoliu (50%)	50 %
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
Nota 5 pentru cunoștințe minime de bază, nota 10 pentru tratarea corectă și creativă a tuturor subiectelor, incluzând informații din bibliografie și studiile de caz.			

Data completării

12/12/ 2016

Titular de curs
Semnătura

Conf.dr. Vasile Gherheș

Titular activități aplicative
Semnătura

Conf.dr. Vasile Gherheș

Director de departament
Semnătura

Conf.dr. Vasile Gherheș

Data avizării în Consiliul Facultății⁵

19.12.2016

Decan
Semnătura

Conf. dr. Daniel Dejica Carțiș

⁵Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.