

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TEHNICĂ DIN CLUJ-NAPOCA, CENTRUL UNIVERSITAR NORD BAIA MARE
1.2 Facultatea	LITERE
1.3 Departamentul	ȘTIINȚE SOCIO-UMANE, TEOLOGIE, ARTE
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE ORGANIZAȚIONALĂ			Codul disciplinei	CRP 26.00
2.2 Titularul de curs	Lector univ. dr. Raluca Iulia BANCOȘ (iulia.bancos@ssuta.utcluj.ro)				
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect / practică	Lector univ. dr. Raluca Iulia BANCOȘ (iulia.bancos@ssuta.utcluj.ro)				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E
2.7 Regimul disciplinei	Categoría formativă				DS
	Opționalitate				DOB

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	3.2 Curs	2	3.3 Seminar	2	3.3 Laborator	-	3.3 Proiect	-	3.3 Practică	-
3.4 Număr de ore pe semestru	56	din care:	3.5 Curs	28	3.6 Seminar	28	3.6 Laborator	-	3.6 Proiect	-	3.3 Practică	-
3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru studiu individual și evaluare:												
(a) Evaluare												4
(b) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe												10
(c) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren												0
(d) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri												5
(e) Tutoriat												0
(f) Alte activități												0
3.8 Total ore studiu individual și evaluare (suma (3.7(a))...3.7(f))								19				
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)								75				
3.10 Numărul de credite								3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	„Istoria comunicării”; „Introducere în relații publice”; „Editare în limbaje specializate”; „Comunicare vizuală”
4.2 de competențe	Cunoașterea noțiunilor introductive din istoria comunicării și a relațiilor publice, competențe tehnice, creative, strategice, de editare foto, video, realizarea unui interviu și a unor produse de relații publice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prezența la curs (conform Regulamentului ECTS). Sală dotată cu videoproiector, ecran digital, acces la internet
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului	Prezența la seminar (conform Regulamentului ECTS). Sală dotată cu videoproiector, ecran digital, acces la internet

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; • Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); • Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; • Asistența de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare; • Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
Competențe transversale	• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; • Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Abilități	Responsabilitate și autonomie
C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului(narative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul.	A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul.	R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional.
C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.	R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.

C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională.	A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale. A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.	R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.
C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană.	A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).
C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).	A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand).
Studentul/absolventul își dezvoltă capacitatea de analiză a unor elemente de comunicare internă ale organizațiilor locale sau globale în vederea optimizării proceselor de muncă ce presupun cooperarea între membri.	Studentul/absolventul este capabil să analizeze din perspectivă sistemică a comunicării interne în diferite tipuri de instituții.	Studentul/absolventul cartografiază legăturile dintre tipurile de comunicare internă și tipurile de organizații; eficientizarea comunicării interne, bazată pe înțelegerea acesteia din urmă.

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

8.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea noțiunilor teoretice din domeniul comunicării organizaționale și aplicarea acestora, pentru adaptarea și integrarea într-un mediu de lucru actual.
8.2 Obiectivele specifice	1. Familiarizarea cu tipologii ale culturilor organizaționale 2. Înțelegerea și aplicarea conceptelor de valori organizaționale, comportament organizational, climat organizational, stiluri de

	leadership 3. Realizarea unor instrumente de măsurare a identității, valorilor organizaționale 4. Realizarea unor instrumente de comunicare internă în organizație 5. Realizarea unor tipuri de negociere în organizații 6. Cunoașterea strategiilor utilizate în situațiile de conflict organizațional
--	--

9. Conținuturi

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere în comunicarea organizațională. Organizație versus Instituție. Clasificarea și structura organizațiilor	2	Prelegere interactivă, dezbatere	
2. Cultură și comunicare. Cultură organizațională, elementele și tipologiile culturii organizaționale	2		
3. Identitatea organizațională și valorile în organizații	2		
4. Audiovizualul în organizație	2		
5. Climatul organizațional. Satisfacția muncii în organizație	2		
6. Relații și comportament organizațional. Puterea în organizație. Stresul în organizație. Realitatea emoțională a echipei de lucru	2		
7. Conflictele în organizație. Cauze, strategii și rezolvări	2		
8. Motivație și performanță organizațională. Creșterea performanței prin comunicare internă	2		
9. Instrumente actuale de comunicare organizațională	2		
10. Negocierea în organizații	2		
11. Managementul reputației și responsabilitatea socială a organizațiilor	2		
12. Managementul organizațiilor. Management versus Leadership	2		
13. Stiluri de conducere în organizații. Personalitatea și inteligența emoțională a liderului	2		
14. Curs recapitulativ	2		
Total ore:	28		
Bibliografie: 1. Banasiewicz, Andrew, <i>Organizational Learning in the Age of Data</i>, Editura Springer, SUA, 2021 2. Bogáthy Zoltán, <i>Negocierea în organizații</i>, Editura Eurostampa, Timișoara, 1999 3. Canary, E. Heather, McPhee, D. Robert, <i>Communication and Organizational Knowledge. Contemporary issues for theory and practice</i>, Editura Routledge, New York, 2011 4. Cismaru, Diana-Maria, <i>Comunicarea internă în organizații</i>, Editura Tritonic, București, 2008			

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
5. Coman, Claudiu, Anton, Mihai, Lupu, Constantin Alin, Bârsan, Ghiță, Bularca, Maria Cristina, <i>Managementul conflictelor în organizații</i>, Editura C.H.Beck, București, 2021 6. Constantinescu, Dumitru, Gîrboveanu, Sorina Raula, <i>Comunicare organizațională</i>, Ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Pro Universitaria, București, 2021 7. Frunză, Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i>, Editura Tritonic, București, 2011 8. Goleman, Daniel, Boyatzis, Richard, McKee, Annie, <i>Inteligența emoțională în leadership</i>, Ediția a III-a revizuită și adăugită, Editura Curtea Veche Publishing, 2018, Traducere din engleză de Sabina Dorneanu 9. Iacob, Dumitru, Cismaru Diana Maria, <i>Organizația inteligentă</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2010 10. Iliescu, Dragoș, Tânculescu-Popa Lavinia, <i>Diagnoza organizațională</i>, Editura Polirom, Iași, 2023 11. Mucchielli, Alex, <i>Comunicarea în instituții și organizații</i>, Editura Polirom, Iași, 2008 12. Păuș, Viorica Aura, <i>Comunicare și resurse umane</i>, Editura Polirom, Iași, 2006 13. Popa, Ștefan Cătălin, <i>Cultura organizațională</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2022 14. Pricopie, Remus, <i>Relațiile publice: evoluție și perspective</i>, Editura Tritonic, București, 2011 15. Rogojinaru, Adela (coord.), <i>Comunicare și cultură organizațională: idei și practici în actualitate</i>, Editura Tritonic, București, 2009 16. Scott, Richard William, <i>Instituții și organizații</i>, Editura Polirom, Iași, 2004, Traducere din engleză de Alina Radu 17. Stanciu, Ștefan, Ionescu, Mihaela Alexandra, <i>Cultură și comportament organizațional</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005			

9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Seminar introductiv. Ce este o organizație? Cum distingem organizațiile și care este rolul acestora în societate? Discuții și exemplificări	2	Studii de caz, dezbateri, exerciții practice, aplicații, prezentări interactive	
Tipologii ale culturii organizaționale în societatea din prezent. Studii de caz	2		
Exemple de valori organizaționale. Realizarea unor chestionare specializate pentru măsurarea valorilor și a unor instrumente de măsurare a identității organizaționale	2		
Audiovizualul în organizație. Studii de caz	2		
Climatul organizațional și satisfacția muncii în organizație. Exemple și aplicații	2		
Relații și comportament organizațional. Puterea în organizație. Stresul în organizație. Realitatea emoțională a echipei de lucru. Exemple și aplicații	2		
Strategii de rezolvare a conflictelor în organizație. Aplicații	2		

9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Motivație și performanță organizațională. Exemplificări și aplicații	2		
Identificarea unor instrumente actuale de comunicare organizațională în organizații locale și prezentarea interactivă a acestora	2		
Negocierea în organizații. Tipuri de negociere. Exemplificări	2		
Managementul reputației și responsabilitatea socială în organizații. Studii de caz	2		
Management versus Leadership. Discuții și exemplificări	2		
Stiluri de conducere în organizații. Personalitatea și inteligența emoțională a liderului. Discuții și exemplificări	2		
Prezentările aplicațiilor finale de seminar	2		
Total ore:	28		
Bibliografie: 1. Banasiewicz, Andrew, <i>Organizational Learning in the Age of Data</i>, Editura Springer, SUA, 2021 2. Bogáthy Zoltán, <i>Negocierea în organizații</i>, Editura Eurostampa, Timișoara, 1999 3. Canary, E. Heather, McPhee, D. Robert, <i>Communication and Organizational Knowledge. Contemporary issues for theory and practice</i>, Editura Routledge, New York, 2011 4. Cismaru, Diana-Maria, <i>Comunicarea internă în organizații</i>, Editura Tritonic, București, 2008 5. Coman, Claudiu, Anton, Mihai, Lupu, Constantin Alin, Bârsan, Ghiță, Bularca, Maria Cristina, <i>Managementul conflictelor în organizații</i>, Editura C.H.Beck, București, 2021 6. Constantinescu, Dumitru, Gîrboveanu, Sorina Raula, <i>Comunicare organizațională</i>, Ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Pro Universitaria, București, 2021 7. Frunză, Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i>, Editura Tritonic, București, 2011 8. Goleman, Daniel, Boyatzis, Richard, McKee, Annie, <i>Inteligența emoțională în leadership</i>, Ediția a III-a revizuită și adăugită, Editura Curtea Veche Publishing, 2018, Traducere din engleză de Sabina Dorneanu 9. Iacob, Dumitru, Cismaru Diana Maria, <i>Organizația inteligentă</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2010 10. Iliescu, Dragoș, Țânculescu-Popa Lavinia, <i>Diagnoza organizațională</i>, Editura Polirom, Iași, 2023 11. Mucchielli, Alex, <i>Comunicarea în instituții și organizații</i>, Editura Polirom, Iași, 2008 12. Păuș, Viorica Aura, <i>Comunicare și resurse umane</i>, Editura Polirom, Iași, 2006 13. Popa, Ștefan Cătălin, <i>Cultura organizațională</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2022 14. Pricopie, Remus, <i>Relațiile publice: evoluție și perspective</i>, Editura Tritonic, București, 2011 15. Rogojinaru, Adela (coord.), <i>Comunicare și cultură organizațională: idei și practici în actualitate</i>, Editura Tritonic, București, 2009			

9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
16. Scott, Richard William, <i>Instituții și organizații</i> , Editura Polirom, Iași, 2004, Traducere din engleză de Alina Radu			
17. Stanciu, Ștefan, Ionescu, Mihaela Alexandra, <i>Cultură și comportament organizațional</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2005			

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

Cursul *Comunicare organizațională* aduce în fața studenților noțiuni complexe de comunicare organizațională. Aceștia se familiarizează cu culturile organizaționale din prezent, cu stilurile de leadership, învață cum să realizeze negocieri, instrumente de lucru pentru măsurarea identității, a valorilor organizaționale, în situații de criză organizațională, noțiuni și abilități care îi ajută să se adapteze cu brio oricărui mediu de lucru specific domeniului de studiu.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare (și forma evaluare: continuă/sumativă)	11.3 Pondere din nota finală
11.4 Curs	Cunoașterea noțiunilor teoretice și participarea activă la cursuri	Examen scris	50%
11.5 Seminar / Laborator /Proiect / Practică	Realizarea aplicațiilor de seminar și participarea activă la seminar	Aplicații și participarea activă la seminar	50%
11.6 Standard minim de performanță - Cunoașterea conceptelor teoretice studiate și aplicarea corectă a acestora. - Prezența la curs de 50% și la seminar de 75%. - Promovarea disciplinei este posibilă prin obținerea notei minime de trecere (5), atât la examenul scris, cât și activitățile de la seminar (media acestora).			

	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
Data completării: 17 iulie 2026	Curs	Lector univ.dr. Raluca Iulia BANCOȘ	
	Aplicații	Lector univ.dr. Raluca Iulia BANCOȘ	

Avizul Directorului departamentului care coordonează disciplina, doar dacă acesta diferă de departamentul organizator al programului de studii

Director Departament
grad didactic, titlu Prenume NUME

Data avizării în Consiliul Departamentului SSUTA
22 iulie 2026

Director Departament SSUTA,
Conf.dr.ing. Adrian Vasile CHIRA

Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere
24 iulie 2026

Decan,
Conf.dr. Anamaria FĂLĂUȘ