

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „DANUBIUS” Galați				
1.2 Facultatea	de Comunicare și Relații Internaționale				
1.3 Departamentul	de Comunicare și Științe Politice				
1.4 Domeniul de studiu	Științe administrative				
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență				
1.6 Programul de studii / Calificarea	FACULTATEA DE ASISTENȚĂ MANAGERIALĂ ȘI SECRETARIAT				

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENT ȘI COMUNICARE				
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Ionel Sergiu PÎRJU				
2.3 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Ionel Sergiu PÎRJU				
2.4 Anul de studiu III		2.5 Semestrul II		2.6 Tipul de evaluare Examen	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 2 curs		2 seminar / laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 28 curs		28 seminar / laborator	
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					43
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					33
Tutoriat					1
Examinări					13
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare și.c.)					12
3.8 Total ore de studiu individual	112				
3.9 Total ore pe semestru	168				
3.10 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	-

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, optională, facultativă

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizarea conceptelor și principiilor fundamentale de organizare și funcționare a structurilor administrative pentru inserția profesională în instituții publice și/sau private - •Identificarea și aplicarea dispozițiilor legale cu privire la sistemul administrativ, inclusiv inițierea și formularea de propunerii de acte normative și/sau administrative - •Comunicarea orală și scrisă, în limba programului de studii și într-o limbă de circulație internațională, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă dată din specialitate - •Aplicarea tehniciilor și instrumentelor procedurale specifice activităților de secretariat și asistare a managerului cu utilizarea tehnologiei informației și comunicației (TIC)
Competențe transversale	<p>Îndeplinirea la termen, în mod riguros, eficient și responsabil, a sarcinilor profesionale, cu respectarea principiilor etice și a deontologiei profesionale.</p> <p>•Aplicarea tehniciilor de relaționare în grup, deprinderea și exercitarea rolurilor specifice în munca de echipă, prin dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală.</p> <p>•Autoevaluarea nevoii de formare profesională și identificarea resurselor și modalităților de formare și dezvoltare personală și profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Disciplina <i>Management și Comunicare</i> are ca obiectiv general prezentarea comunicării ca fiind un proces deosebit de vital și complex pentru atingerea obiectivelor manageriale. Din punct de vedere al Managementului, Comunicarea se poate realiza din perspectiva mediului extern al organizației (clienti, parteneri, autorități etc.) precum și din perspectiva mediului intern (între persoane care sunt diferențiate ierarhic).
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> ☞ operaționalizarea funcțiilor manageriale prin comunicare; ☞ realizarea unei circulații optime a informației în cadrul unei organizații; ☞ crearea unei sinergii între obiectivele manageriale și personale prin intermediul comunicării; ☞ participarea proactivă la stabilirea obiectivelor prin intermediul dialogului; ☞ conștientizarea impactului comunicării în performanța managerială.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Climatul comunicării în cultura organizațională <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Contract psihologic 1.2. Monitorizare și evaluare 1.3. Comunicare închisă versus comunicare deschisă 	prelegerea, dezbaterea	
2. Dezvoltarea cantitativă și calitativă a culturii organizaționale <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Crearea mediului de <i>Haos controlat</i> 2.2. Importanța resurselor umane 2.3. Trăsăturile de personalitate și interesul strategic 	prelegerea, dezbaterea	

3. Modalități de comunicare în Management 3.1.Comunicarea cu mediul intern 3.2. Comunicarea cu mediul extern 3.3. Colaborarea fără contact direct	prelegerea, dezbaterea	
4. Feedback-ul 4.1.Comunicarea față în față 4.2 Comunicarea prin sedințe	prelegerea, dezbaterea	
5. Managementul întâlnirilor oficiale 5.1. Stabilirea armoniei interne a companiei 5.2. Obiective SMART (Specific, Măsurabil, Adekvat, Relevant, Tangibil) 5.3. Importanța limitei de timp 5.4 Responsabilizarea celor implicați	prelegerea, dezbaterea	
6. Utilizarea canalelor mediatice în Management 6. 1. Mass media 6.2.Suporturi 6.3.Mijloace	prelegerea, dezbaterea	
7. Documentele manageriale 7.1. Receptorul mesajului 7.2. Considerații generale privind redactarea unui document din perspectivă interdisciplinară: Management și Comunicare 7.3 Raport managerial	prelegerea, dezbaterea	
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți		
Aaker, D.A. <i>Managementul capitalului unui brand: cum să valorificăm numele unui brand</i> , București, Editura BrandBuilders, 2005		
Coman, C. <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i> , Iași, Editura Polirom, 2001		
Dagenais, B. <i>Campania de relații publice</i> , Iasi, Editura Polirom, 2003		
Iacob, D. ;Cismaru, D. ; Pricopie, R. <i>Relații publice. Coeficiență și eficiență prin comunicare</i> , București, Editura Comunicare, ro, 2011		
Lesenciu, A. <i>Teoria Comunicării</i> , Brașov, Editura Henry Coandă, 2010		
Newson, D. et alli, <i>Totul despre relații publice</i> , Iasi, Editura Polirom, 2003,		
Dumitrecu, D. <i>Nativi digitali: pregătiți-vă</i> , București, Editura Trident, 2013		
Mucchielli, A. <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Iași, Editura Polirom, 2008		
Bibliografie de elaborare a cursului		
Aaker, D.A. <i>Managementul capitalului unui brand: cum să valorificăm numele unui brand</i> , București, Editura BrandBuilders, 2005		
Avram, E. & Cary L. C. (coord.), <i>Psihologie organizațional-managerială</i> , Iași: Editura „Polirom“, 2008		
Belu, D. <i>Managementul organizației militare</i> , Brașov, Editura Henry Coandă, 2011		
Coman, C. <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i> , Iași, Editura Polirom, 2001		
Coman, C. <i>Comunicarea de criză. Tehnici și strategii</i> , Iași: Editura „Polirom“, 2009		
Dagenais, B. <i>Campania de relații publice</i> , Iasi, Editura Polirom, 2003		
David, G. <i>Relații publice, garanția succesului</i> , București, Editura Oscar Print, 2003		
Dumitrecu, D. <i>Nativi digitali: pregătiți-vă</i> , București, Editura Trident, 2013		
Iacob, D. ;Cismaru, D. ; Pricopie, R. <i>Relații publice. Coeficiență și eficiență prin comunicare</i> , București, Editura Comunicare, ro, 2011		
Kartajaya, H. Setiawan I. <i>Marketing 3.0</i> , București, Editura Publică, 2011		
Klein, N. <i>No Logo</i> , București, Editura Cominicare. Ro, 2006		
Kotler,P.; Armstrong G. <i>Managementul Marketingului</i> , București, Editura Teora, 2008		
Limstron M. <i>Adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm</i> , București, Editura publică, 2011		
Newton, R. <i>Managementul schimbării pas cu pas</i> . București: Editura ALL, 2009		
Newson D. et alli, <i>Totul despre relații publice</i> , Iasi, Editura Polirom, 2003		
Mucchielli A. <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Iași, Editura Polirom, 2008		
Ollins W. <i>Despre brand</i> , București, Editura Comunicare.ro, 2006		
Plumb I. – <i>Managementul serviciilor publice</i> , Editura ASE București, 2000		
Prodan A. <i>Management de succes</i> , Iasi, Editura Polirom, 1999		
Zlate, M. <i>Tratat de psihologie organizațional-managerială</i> , Polirom“, Iași , 2004		

8.2 Seminar / laborator	Metode utilizate	Observații
1. Erori de comunicare 1.1Tabuurile 1.2Mesajul non-verbal 1.3prejudecățile	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbatere)	
2. Comunicarea on line pentru brandurile românești 2.2 Management pentru nativi 2.2 Strategii de fidelizare a clienților	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbatere)	
3. Managementul corporațiilor transnaționale 3.1 Gestionarea crizelor de imagine 3.2 Publicitate instituțională, socială și de susținere 3.3 Afaceri în medii instabile 3.4 Afacerile publice și lobby-ul	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbatere; studiu de caz)	
4. Elementele procesului de comunicare în Management 4.1 Formele comunicării 4.2 Modele procesuale și semiotice ale comunicării 4.3 Comunicarea de masă	(elaborări pe grupe de studenți)	
5. Realizarea unei campanii de comunicare internă 5.1.Strategii de gestionare a conflictelor la nivel interpersonal și managerial 5.2.Tehnici de comunicare eficientă în grupuri și organizații	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbatere; studiu de caz)	
6.Feedback și performanță 6.1Motivele eșecului 6.2Explicarea principiului Feedback-ului 6.3Argumente pro și contra politiciei ușilor deschise	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbatere; studiu de caz)	
7.4. Comunicarea interculturală în Sud Estul Europei	(elaborare de campanii într-o organizație mixtă din proximitate, reală sau virtuală, de cel puțin 3 grupe de studenți+ dezbatere)	
Bibliografie de elaborare a seminarului		
Aaker, D.A. <i>Managementul capitalului unui brand: cum să valorificăm numele unui brand</i> , București, Editura BrandBuilders, 2005		
Avram, E. & Cary L. C. (coord.), <i>Psihologie organizațional-managerială</i> , Iași: Editura „Polirom“, 2008		
Belu, D. <i>Managementul organizației militare</i> , Brașov, Editura Henry Coandă, 2011		
Coman, C. <i>Relațile publice. Principii și strategii</i> , Iași, Editura Polirom, 2001		
Coman, C. <i>Comunicarea de criză. Tehnici și strategii</i> , Iași: Editura „Polirom“, 2009		
Dagenais, B. <i>Campania de relații publice</i> , Iasi, Editura Polirom, 2003		
David, G. <i>Relații publice, garanția succesului</i> , București, Editura Oscar Print, 2003		
Dumitrecu, D. <i>Nativi digitali: pregătiți-vă</i> , București, Editura Trident, 2013		
Iacob, D. ;Cismaru, D. ; Pricopie, R. <i>Relații publice. Coeficiență și eficiență prin comunicare</i> , București, Editura Comunicare, ro, 2011		
Kartajaya, H. Setiawan I. <i>Marketing 3.0</i> , București, Editura Publică, 2011		
Klein, N. <i>No Logo</i> , București, Editura Cominicare. Ro, 2006		
Kotler,P.; Armstrong G. <i>Managementul Marketingului</i> , București, Editura Teora, 2008		
Limstron M. <i>Adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm</i> , București, Editura publică, 2011		
Newton, R. <i>Managementul schimbării pas cu pas</i> , București: Editura ALL, 2009		

- Newson D. et alli, *Totul despre relații publice*, Iasi, Editura Polirom, 2003
 Mucchielli A. *Comunicarea în instituții și organizații*, Iași, Editura Polirom, 2008
 Ollins W. *Despre brand*, București, Editura Comunicare.ro, 2006
 Plumb I. – *Managementul serviciilor publice*, Editura ASE București, 2000
 Prodan A. *Management de succes*, Iasi, Editura Polirom, 1999
 Zlate, M. *Tratat de psihologie organizațional-managerială*, Polirom“, Iași , 2004

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

- Participarea la identificarea unor soluții pentru probleme ale organizațiilor din comunitate.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	100%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; • activitate la seminar de 40 %. 			

Data completării
____ / ____ / ____

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament
____ / ____ / ____

Semnătura directorului de departament
