

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnică Timișoara
1.2 Facultatea <sup>1</sup> / Departamentul <sup>2</sup>	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod <sup>3</sup> )	Științe ale comunicării / 10 30 10
1.4 Ciclul de studii	Master
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Comunicare în afaceri

### 2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă <sup>4</sup>	Recrutare, retenție și cultură organizațională		
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză	Recruitment, Retention, and Organizational Culture		
2.2 Titularul activităților de curs	Ramona Crețu		
2.3 Titularul activităților aplicative <sup>5</sup>	Ramona Crețu		
2.4 Anul de studiu <sup>6</sup>	1	2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei <sup>7</sup>	DS

### 3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate<sup>8</sup>)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	2	din care:	ore curs	1	ore seminar/laborator/proiect	1
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	28	din care:	ore curs	14	ore seminar/laborator/proiect	14
3.2 Număr total de ore desfășurate on-line asistate integral/sem.	10	din care:	ore curs	5	ore seminar/laborator/proiect	5
3.3 Număr de ore asistate parțial/săptămână		din care:	ore proiect, cercetare		ore practică	ore elaborare lucrare de disertație
3.3* Număr total de ore asistate parțial/semestru		din care:	ore proiect cercetare		ore practică	ore elaborare lucrare de disertație
3.4 Număr de ore activități neasistate/săptămână	5,2	din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		1,2	
			ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		2	
			ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri		2	
3.4* Număr total de ore activități neasistate/semestru	72	din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		16	
			ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		28	
			ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri		28	
3.5 Total ore/săptămână <sup>9</sup>	7,2					
3.5* Total ore/semestru	100					
3.6 Număr de credite	4					

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de rezultate ale învățării	•

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare. Materiale suport: laptop, proiector, tablă.
-------------------------------	--

5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală mică sau medie, dotată cu rețea de calculatoare și acces la internet, tablă/flipchart</li> </ul>
---	--

## 6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	<p>C1. Definește și diferențiază conceptele de branding, reputație publică și management al imaginii</p> <p>C3. Identifică și descrie canalele de comunicare și caracteristicile lor; evaluează avantajele fiecărui canal pentru audiențe diverse.</p> <p>C4. Explică principiile strategiei organizaționale și modul în care acestea fundamentează acțiunile cotidiene de comunicare și corelează aceste principii cu acțiunile profesionale.</p> <p>C5. Generează și planifică etapele unei strategii de comunicare la nivel organizațional, folosind metodele de analiză a publicului și stabilire a obiectivelor de comunicare</p> <p>C6. Estimează modul în care diferitele departamente și funcțiuni pot fi sincronizate comunicațional pentru creșterea organizației.</p> <p>C11. Recunoaște tipologia diferitelor tipuri de conflict în mediul organizațional, explică metodele și tehnicile de gestionare a conflictelor și prezintă rolul comunicării în rezolvarea disputelor.</p> <p>C12. Diferențiază leadership-ul orientat spre rezultate de alte stiluri și explică importanța obiectivelor clare, a motivării și a indicatorilor de performanță.</p> <p>C14. Enumeră diferite tehnici de comunicare interpersonală și de grup și le utilizează eficient în funcție de context.</p> <p>C15. Descrie tehnici de consultare a părților interesate și explică rolul consultării în decizia participativă.</p> <p>C16. Descrie procesul de planificare strategică la nivel organizațional și elementele sale, putând explica cum se trece de la strategie la planuri operaționale.</p>
Abilități	<p>A1. Aplică metode de analiză a imaginii publice a unei organizații și propune soluții de consolidare a acesteia</p> <p>A3. Folosește în mod adecvat canalele de comunicare potrivite mesajului și publicului țintă, integrând atât mijloacele clasice, cât și pe cele moderne, pentru a transmite eficient informația</p> <p>A4. Aplică în practică direcțiile strategice ale organizației în activitatea curentă de comunicare, asigurând coerența între obiectivele strategice ale afacerii și mesajele cotidiene</p> <p>A5. Aplică strategii de comunicare coerente, adaptate situației și contextului de afaceri, ajustând tactici de comunicare în funcție de publicul-țintă și de obiectivele urmărite</p> <p>A6. Aplică tehnici de coordonare și colaborare interdepartamentală, facilitând comunicarea între echipe</p> <p>A11. Aplică tehnici de mediere și negociere în situații conflictuale la locul de muncă, facilitând dialogul între părțile implicate și ajutând la identificarea unor soluții amiabile și echitabile pentru toate părțile</p> <p>A12. Demonstrează abilități de leadership în relația cu echipa, motivând colegii și coordonând activitățile acestora, astfel încât eforturile colective să fie direcționate către atingerea rezultatelor așteptate și respectarea termenelor limită.</p> <p>A14. Folosește în mod fluent și adecvat tehnicile de comunicare potrivite situației, asigurându-se că mesajul este clar, bine structurat și că atinge impactul dorit asupra receptorilor</p> <p>A15. Aplică metode de consultare activă a stakeholderilor, integrând perspective multiple în rezolvarea problemelor.</p> <p>A16. Traduce planul strategic în acțiuni concrete de comunicare, punând în aplicare inițiative și proiecte conform pașilor stabiliți și alocând eficient resursele pentru a atinge obiectivele strategice asumate.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>RA1. Oferă consiliere și implementează procese și soluții strategice privind gestionarea imaginii publice și branding</p> <p>RA3. Respectă și operaționalizează procese și soluții strategice privind utilizarea canalelor de comunicare corporate și digitale</p> <p>RA4. Implementează procese și soluții strategice privind integrarea fundamentului strategic în planurile de afaceri</p> <p>RA5. Demonstrează și asigură procese și soluții privind dezvoltarea strategiilor de comunicare organizațională</p> <p>RA6. Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind alinierea eforturilor pentru dezvoltarea afacerii</p> <p>RA11. Respectă și exercită procese și soluții strategice privind gestionarea conflictelor organizaționale</p> <p>RA12. Exerciți și demonstrează procese și soluții strategice privind leadershipul orientat către rezultate</p> <p>RA14. Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind tehnicile de comunicare în organizații</p> <p>RA15. Monitorizează și gestionează procese și soluții privind tehnicile de consultare pentru deciziile strategice</p> <p>RA16. Gestionează și oferă consiliere pentru procese și soluții privind planificarea strategică în comunicare</p>

## 7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării specifice acumulate)

- Disciplina are ca obiectiv formarea competențelor de comunicare strategică în resurse umane, prin înțelegerea și aplicarea conceptelor de employer branding, comunicare în recrutare, selecție și retenție, utilizarea adecvată a canalelor de comunicare internă și externă, dezvoltarea culturii organizaționale și a engagementului angajaților, precum și gestionarea comunicării în situații de schimbare sau conflict, astfel încât studenții să poată contribui la alinierea comunicării HR cu obiectivele și performanța organizațională

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Introducere în comunicarea strategică în resurse umane	1		expunere interactivă și explicații, exemplificări și analiză comparativă, problematizare și dezbateri dirijate
Experiența candidatului și comunicarea în recrutare	2		
Brandul de angajator și Promisiunea de Valoare pentru Angajați (EVP)	2	2	
Procesul de selecție și comunicarea deciziei	1	1	
Strategii de retenție și comunicare internă	2	2	
Cultura organizațională – teorii și modele	2		
Comunicarea internă și engagementul angajaților	2		
Comunicarea în schimbare organizațională și în situații de criză	2		
	Bibliografie <sup>10</sup> Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). <i>Armstrong's handbook of human resource management practice: A guide to the theory and practice of people management</i> (16 <sup>th</sup> ed.). London: Kogan Page. Coyle, D. (2022). <i>Manual de cultură organizațională</i> (I. Berteș, Trad.). București: Publica. Pânișoară, G., & Pânișoară, I.-O. (2016). <i>Managementul resurselor umane</i> (ediția a III-a revăzută și adăugită). Iași: Polirom. Șupeală, D. (2021). <i>Employer Branding 100%: Cum să creezi și să vinzi oamenilor ideea, experiența și bucuria de a munci în organizația ta</i> . București: Curtea Veche. Stan, I. (2024). <i>Bun simț organizațional: Înțelepciune practică pentru organizații și oameni</i> . București: Human Synergistics. Stancovici, A., Pau, C. L., & Odină, A.-N. (2025). <i>Managementul resurselor umane</i> . București: Pro Universitaria. Ulrich, D., Younger, J., Brockbank, W., & Ulrich, M. (2012). <i>HR from the Outside In: Six Competencies for the Future of Human Resources</i> . New York, NY: McGraw-Hill Education.		
8.2 Activități aplicative <sup>11</sup>	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
1. Analiza campaniilor de recrutare (1h)	1		studii de caz și aplicații practice, brainstorming, învățare colaborativă și activități de lucru în echipă
2. Crearea unui anunț de recrutare (1h)	1	1	
3. Workshop: definirea EVP (2h)	2	2	
4. Elaborarea unui plan de brand de angajator (2h)	2	2	
5. Simulare de interviu (2h)	2		
6. Construirea chestionarelor de climat organizațional (1h)	1		
7. Analiza culturii organizaționale pe studiu de caz (2h)	2		
8. Elaborarea unui plan de comunicare internă (2h)	2		
9. Prezentări finale (1h)	1		
	Bibliografie <sup>10</sup> Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). <i>Armstrong's handbook of human resource management practice: A guide to the theory and practice of people management</i> (16 <sup>th</sup> ed.). London: Kogan Page. Coyle, D. (2022). <i>Manual de cultură organizațională</i> (I. Berteș, Trad.). București: Publica. Pânișoară, G., & Pânișoară, I.-O. (2016). <i>Managementul resurselor umane</i> (ediția a III-a revăzută și adăugită). Iași: Polirom. Șupeală, D. (2021). <i>Employer Branding 100%: Cum să creezi și să vinzi oamenilor ideea, experiența și bucuria de a munci în organizația ta</i> . București: Curtea Veche. Stan, I. (2024). <i>Bun simț organizațional: Înțelepciune practică pentru organizații și oameni</i> . București: Human Synergistics. Stancovici, A., Pau, C. L., & Odină, A.-N. (2025). <i>Managementul resurselor umane</i> . București: Pro Universitaria. Ulrich, D., Younger, J., Brockbank, W., & Ulrich, M. (2012). <i>HR from the Outside In: Six Competencies for the Future of Human Resources</i> . New York, NY: McGraw-Hill Education.		

## 9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare <sup>13</sup>	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Gradul de însușire a noțiunilor teoretice predate și capacitatea de a le utiliza adecvat în aplicații	teste de verificare a cunoștințelor	50%
9.5 Activități aplicative	S: Calitatea activității la seminar (răspunsuri, lucrări independente și de grup efectuate în clasă, lucrări	Evaluare pe parcurs a activității de seminar	50%

	individuale efectuate acasă etc.)		
	<b>L:</b>		
	<b>P:</b>		
	<b>Pr:</b>		
	<b>Tc-R<sup>14</sup>:</b>		
<b>9.6</b> Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) <sup>15</sup>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Studentul demonstrează cunoașterea noțiunilor fundamentale de comunicare strategică în resurse umane, employer branding și comunicare internă, precum și înțelegerea rolului acestora în atragerea și retenția angajaților..</li> </ul>			

**Data completării**

||

**Titular de curs  
(semnătura)**

| Ramona Crețu |

**Titular activități aplicative  
(semnătura)**

| Ramona Crețu |

**Director de departament  
(semnătura)**

| Prof. univ. dr. Vasile Gherheș |

**Data avizării în Consiliul Facultății<sup>16</sup>**

[ ]

**Decan  
(semnătura)**

| Prof. univ. dr. Daniel Dejica-Carțiș |