

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE JURNALIM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
1.3 Catedra	Comunicare și Antropologie Culturală
1.4 Domeniul de studii	Științele Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Campanii de responsabilitate socială						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector Dr. Irene Buhăniță						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector Dr.Irene Buhăniță						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	S

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 1 curs	1	seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 14 curs	14	seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					4
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					26
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					54
3.10 Numărul de credite					2

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în relații publice - Tehnici de redactare în relații publice
4.2 de competențe	- Competențe digitale

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Computer, videoproiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	rețea de calculatoare cu legătură la Internet

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatică - Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare - Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect - Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune a informației și/sau de comunicare profesionalizată
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina își propune să ofere studenților cadrul teoretic necesar pentru însușirea unor deprinderi legate de managementul și organizarea campaniilor de responsabilitate socială a companiilor.
7.2 Obiectivele specifice	

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. CSR - Definiții și descrieri; Introducere în teoria stakeholderilor. Corporațiile: Cereri în creștere din partea unei rețele globale de relații; Dezvoltări cheie; Beneficiile CSR.	Prelegerea; explicația; conversația	
2. Responsabilitatea publică; De ce să fie companiile responsabile față de publicuri?; Responsabilitatea "publică" versus responsabilitatea "socială".	Prelegerea; explicația; conversația	
3. Cum contribuie relațiile publice la responsabilitatea organizațională; Pași de implementare; Perspective etice.	Prelegerea; explicația; conversația	
4. CSR ca atitudine etică; CSR ca strategie de afaceri; CSR în lumea reală a afacerilor – servirea stakeholderilor.	Prelegerea; explicația; conversația	
5. Descrierile CSR ale unor practicieni; Legarea teoriilor de practică	Prelegerea; explicația; conversația	
6. Ce știm despre impactul CSR; Pretenții mari de la afaceri; Sursele de informare și limitările lor; Sensul impactului	Prelegerea; explicația; conversația	
7. Unde suntem și încotro mergem; Responsabilitatea socială corporatistă în acțiune: implicarea corporatistă în comunitate și marketingul legat de o cauză	Prelegerea; explicația; conversația	
8. Definiții ale ICC; Stabilirea obiectivelor; Nevoia de ICC; Procesul ICC; Compania, consumatorii și reacțiile la caritate; Interesul propriu informat	Prelegerea; explicația; conversația	
9. Politicile companiilor sub microscopul eticii; Linia triplă de total	Prelegerea; explicația; conversația	
10. Conceptul responsabilității sociale în România; Abordarea globală, abordarea europeană	Prelegerea; explicația; conversația	
11. Sinteza consultărilor asupra Cărții Verzi a CSR; Cadrul european de acțiune în domeniul CSR	Prelegerea; explicația; conversația	
12. Tendințe, erori și riscuri în practicile de responsabilitate socială corporatistă	Prelegerea; explicația; conversația	

13. Relația între ONG-uri și companii în România; Fundații corporatiste: cum își construiesc companiile mediul social	Prelegerea; explicația; conversația	
14. Companii responsabile în România; PR-ul românesc, de la dominația CSR la specializarea serviciilor.	Prelegerea; explicația; conversația	

Bibliografie

Anshen, Melvin (2004) - Managing the socially responsible corporation, Macmillan

Ansoff, I. (2005) - Corporate strategy: an analytic approach to business policy for growth and expansion, New York, McGraw-Hill.

Bowen, H.R. (2014, Spring) - Evaluating institutions for accountability. New directions for institutional research 1, San Francisco: Jossey-Bass.

Carroll, A. B. (2009) - A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance, Academy of Management Review, 4, 4: 497-505.

Freeman, R. E., & **Reed**, D.L. (2013) - Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance, California Management Review 25(3): 88-106.

Friedman, M. (1970) - The social responsibility of business is to increase its profits. New York Times Magazine. September, 13
goingglobal2006.vtt.fi/overview.htm

Heath, Robert ed. (2015), Corporate Social Responsibility, in Encyclopedia of Public Relations, Vol. 2, Sage Publications, pp. 210-214.

Heath, Robert L. & **Heath** Robert (2008) - Crisis Management for Managers and Executives, Pitman Publishing

Jones, T. M. (2015) - Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics". Academy of Management Review, 20: 404-437.

Mitchell, R. K., **Agle**, B.R., **Wood**, D.J. (2007 - Towards a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts, Academy of Management Review 22(4): 853-885.

Preston, L. E. & **Post**, J. E. (2015) - Private Management and Public Policy, Englewood, Cliffs, N.J.: Prentice-Hall Inc.

Sethi, S. (2005) - Dimensions of corporate social performance: an analytical framework, California Management Review 17(3): 58-64

Wernerfelt, B. (2014) - A resource based view of the firm, Strategic Management Journal, 5: 171-180.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Nevoia de o definiție de lucru. Ce putem înțelege prin CSR?	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
2. Asemănări și deosebiri: cine și pentru ce e responsabil în economie.	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
3. Legătura dintre relațiile publice și CSR; cum funcționează	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
4. Exemple de strategii reușite. Modele de implementare greșită.	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
5. Portaluri de informații, comentarii și analize CSR	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
6. Impactul asupra afacerilor vs. impactul asupra stakeholderilor	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
7. Exemple de campanii : succes sau eșec	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
8. Exemple; ICC vs. filantropie	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	

9. Revoluția comunicării globale; impactul asupra comunicării CSR	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
10. Studii de caz	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
11. Principiile acțiunii comunitare; CSR România	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
12. Suprareglementarea, alegerea cauzei sociale, coerența, lipsa de transparență și comunicarea defectuoasă	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
13. Studii de caz	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	
14. Evaluarea temelor de seminar	Explicația; conversația	

Bibliografie

Anshen, Melvin (2004) - Managing the socially responsible corporation, Macmillan

Ansoff, I. (2005) - Corporate strategy: an analytic approach to business policy for growth and expansion, New York, McGraw-Hill.

Bowen, H.R. (2014, Spring) - Evaluating institutions for accountability. New directions for institutional research 1, San Francisco: Jossey-Bass.

Carroll, A. B. (2009) - A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance, Academy of Management Review, 4, 4: 497-505.

Freeman, R. E., & **Reed**, D.L. (2013) - Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance, California Management Review 25(3): 88-106.

Friedman, M. (1970) - The social responsibility of business is to increase its profits. New York Times Magazine. September, 13
goingglobal2006.vtt.fi/overview.htm

Heath, Robert ed. (2015), Corporate Social Responsibility, in Encyclopedia of Public Relations, Vol. 2, Sage Publications, pp. 210-214.

Heath, Robert L. & **Heath** Robert (2008) - Crisis Management for Managers and Executives, Pitman Publishing

Jones, T. M. (2015) - Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics". Academy of Management Review, 20: 404-437.

Mitchell, R. K., **Agle**, B.R., **Wood**, D.J. (2007) - Towards a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts, Academy of Management Review 22(4): 853-885.

Preston, L. E. & **Post**, J. E. (2015) - Private Management and Public Policy, Englewood, Cliffs, N.J: Prentice-Hall Inc.

Sethi, S. (2005) - Dimensions of corporate social performance: an analytical framework, California Management Review 17(3): 58-64

Wernerfelt, B. (2014) - A resource based view of the firm, Strategic Management Journal, 5: 171-180.

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

- Cunoașterea de către studenți a tuturor aspectelor importante prezentate la lucrările practice și curs;
- Însușirea unei bune manualități și înțelegerea pe deplin a importanței cunoașterii acestei discipline,
- Implicarea studenților în activitatea desfășurată și *discuții cât mai numeroase pe marginea*

10.Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	examen		50%
10.5 Seminar/laborator	activitati aplicative atestate/proiect		50%
10.6 Standard minim de performanță			

Data completării
28.09 2019

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în department

Semnătura șefului departament

....2.10.2020....

.....