

# FIȘA DISCIPLINEI<sup>1</sup>

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ	Universitatea Creștină Partium
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Sociale
1.3 Departamentul	Departamentul de Economie
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Managementul Dezvoltării Afacerilor

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Responsabilitatea socială corporativă MDA2206</b>
2.2 Titularul activității de curs	Lect. univ.dr. Veres Edit
2.3 Titularul activității de seminar	Lect. univ. dr. Veres Edit
2.4 Anul de studiu	II.
2.5 Semestrul	II
2.6 Tipul de evaluare	Colocviu
2.7 Regimul disciplinei	SN

## 3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
<b>3.4 Total ore din planul de învățământ</b>	<b>48</b>	<b>din care 3.5 curs</b>	<b>24</b>	<b>3.6</b>	<b>24</b>
Distribuția fondului de timp					48
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					5
Examinări					8
Alte activități: Pregătirea examenului final					4
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>					<b>102</b>
<b>3.8 Total ore pe semestru</b>					<b>150</b>
<b>3.9 Numărul de credite</b>					<b>6</b>

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs, calculator, videoproiector, tablă, Internet
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar, calculator, videoproiector, tablă, Internet, teren

<sup>1</sup>Conform: Ordinul Ministrului nr.5703 din 18 oct.2011, anexa 3.

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2.4 Analiza comparativă a unor metode, tehnici, instrumente și proceduri pentru culegerea, utilizarea, procesarea și analiza informațiilor și a cunoștințelor în procesul managerial în vederea fundamentării deciziilor.</p> <p>C5.4 Evaluarea critică a conținutului unor proiecte/programe de comunicare și relaționare a managerilor și organizațiilor în relații interne și cu terți.</p> <p>C5.5 Proiectarea și implementarea unui program de comunicare managerială și de relaționare cu stakeholderii principali ai întreprinderii /organizației.</p> <p>C4.1 Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în diagnosticarea mediului intern și extern al organizației, relaționarea eficientă cu diferite categorii de instituții și organizații din mediul economico-social.</p>
Competențe transversale	<p><b>CT1:</b> Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă</p> <p><b>CT2:</b> Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale</p> <p><b>CT2:</b> Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea rolului responsabilității sociale corporative în actualul context economic și social
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definirea conceptelor specifice responsabilității sociale corporative</li> <li>• Analiza critică a relației responsabilitate socială corporativă – mediu de afaceri</li> <li>• Formarea deprinderilor privind gestionarea responsabilității sociale corporative în cadrul organizațiilor de afaceri.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Cadrul de interpretare a guvernancei și a responsabilității sociale corporative.	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
2. Conceptele, definițiile, dimensiunile responsabilității sociale corporative	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
3. Problemele teoretice ale comportamentului social responsabil	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
4. Rolul social ale organizațiilor de afaceri	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
5. Teoria comportamentului responsabil, a paradigmatelor etice, a dezvoltării durabile	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
6. Evaluarea, sursa și riscurile responsabilității sociale	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
7. Cetățean corporatist, conștiința corporativă, dialog social	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
8. Comportament responsabil- o modă, argumente pro și contra	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore

9. Strategia și cultura responsabilității sociale	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
10. Relația dintre comportamentul organizațional și responsabilitatea socială corporativă	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
11. Învățarea comportamentului responsabil: gradul de achiziție, factori de influență în afara organizației	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore
12. Metode generale de evaluare a comportamentului responsabil	expunere interactivă, problematizare, aplicații	2 ore

<b>8.2 Seminar</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Cadrul de interpretare a guvernanței și a responsabilității sociale corporative.	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
2. Conceptele, definițiile, dimensiunile responsabilității sociale corporative	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
3. Problemele teoretice ale comportamentului social responsabil	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
4. Rolul social ale organizațiilor de afaceri	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
5. Teoria comportamentului responsabil, a paradigmatelor etice, a dezvoltării durabile	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
6. Evaluarea, sursa și riscurile responsabilității sociale	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
7. Cetățean corporatist, conștiința corporativă, dialog social	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
8. Comportament responsabil- o modă, argumente pro și contra	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
9. Strategia și cultura responsabilității sociale	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
10. Relația dintre comportamentul organizațional și responsabilitatea socială corporativă	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
11. Învățarea comportamentului responsabil: gradul de achiziție, factori de influență în afara organizației	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore
12. Metode generale de evaluare a comportamentului responsabil	Aplicații practice și/sau studii de caz	2 ore

### **Bibliografie**

1. Angyal, Á. (2001) *Vállalati kormányzás (corporate governance)* Aula Kiadó, Budapest
2. Angyal, Á. (2008) *Vállalatok társadalmi felelőssége- Versenyképesség Kutatások Műhelytanulmány Sorozat, Versenyben a világgal 2007-2009 című kutatás*, Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Versenyképesség Kutató Központ, p.1-78
3. Angyal, Á. (2009) *Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás (corporate social responsibility)*, Kossuth Kiadó, Budapest
4. Baleanu, E.T.-Chelcea, L.- Stancu, A. (2011): *Responsabilitatea socială corporatistă a primelor 100 de companii din România. O analiză a website-urilor corporatistă*, Amfiteatru Economic Volum:13, nr.29/2011, pag.237-250
5. Chikán, A. (2008): *Vállalati versenyképesség és társadalmi felelősség*, Harvard Business Review Magyar Kiadás, 2008.november pp.6-13

6. Cochet, K. & Vo, L.-C. (2012). *Impact of CSR Tools on SMEs: The Case of Global Performance in France*. International Business Research; Vol. 5, No. 7; 2012
7. Dahlsrud, A. (2008): *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*, Corporate Social Responsibility and Environmental Management 15, pp. 1-13.
8. Goodpaster, K. E.–Matthews, J. B. (1982): *Can a corporation have a conscience?* Harvard Business Review. 60. January/February. Pp. 132–141.
9. Iamandi I.-E. (2010). *Responsabilitatea socială corporativă în companiile multinaționale*. Bukarest: Editura Economică.
10. Iamandi, I.E. & Constantin, L.G. (2011) *The corporate social responsibility model in Romania: A theoretical and practical approach for Small and Medium sized Enterprises*, Romanian Economic Journal, 2011, XIV, no.41, pp. 25-46
11. Inyang, B. J. (2013). *Defining the Role Engagement of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Corporate Social Responsibility (CSR)*. International Business Research; Vol. 6, No. 5; 2013
12. Jensen, M. C. (2002): *Value Maximization, Stakeholder Theory and the Corporate Objective Function*. *Business Ethics Quarterly*, vol.12, No.2, pp.235-256.
13. Kecskés, A.(2011) *Felelős társaságirányítás (Corporate Governance )* HVG-ORAC, Budapest
14. Kotler, Ph.– Lee, N. (2007): *Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalása: Jót tenni – egy ügyért és a vállalatért – corporate Social Responsibility*. Budapest: HVG
15. Nagy E. (2015). *A vállalatok társadalmi felelőssége (corporate social responsibility), történeti áttekintés*. Dunakavics – 2015/1.
16. Olaru, M.- Stoleriu, G.- Sandru, I.M.D. (2011): *Preocupări ale IMM-urilor din România privind responsabilitatea socială în raport cu criteriile modelului european de excelență EFQM*, Amfiteatru Economic XIII, nr. 29, pp. 57-72.
17. *STRATEGIA NAȚIONALĂ DE PROMOVARE A RESPONSABILITĂȚII SOCIALE 2011 – 2016*: <http://www.actionamresponsabil.ro/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Strategia-nationala-de-promovare-a-responsabilitatii-sociale.pdf>

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și din străinătate, precum și cu cerințele activităților profesionale derulate în cadrul organizațiilor angajatoare.

### **10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală

10.4 Curs	Examen	Teste de tip grilă	50 %
10.5 Seminar	Implementarea unei campanii de CSR sau o cercetare empirică	Prezentarea campaniei implementate	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Obținerea a minim 50% din punctajul total acordat, dintre care 50% pentru activitatea de seminar și 50% la proba de verificare.			

Data completării:  
30.09.2020

Semnătura titularului de curs  
lect.univ.dr. Veres Edit

Semnătura titularului de seminar  
lect.univ.dr. Veres Edit

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament