



UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT-MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Responsabilitatea socială a organizației						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ.dr. Ghibanu Ionut Adrian						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ.dr. Ghibanu Ionut Adrian						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	27	din care: 3.5 curs	18	3.6 seminar/laborator	9
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat					-
Examinări					8
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					98
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

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	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams

6.Competențe specific acumulate

Competențe profesionale	C1. Analiza pieței în corelație cu mediul intern al organizației C4. Elaborarea strategiilor de poziționare a ofertei C6. Implementarea strategiei de marketing a organizației
Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în elaborarea strategiei personale în activitatea proprie astfel încât să se asigure eficiența în condiții de rigoare și responsabilitate CT2 Stabilirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară, asigurarea ei sinergice în vederea realizării obiectivelor stabilite

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptul și procesul de RSO, precum și cu integrarea acestuia în agenda companiilor moderne.
7.2 Obiectivele specific	Formarea abilităților de planificare strategică a procesului de RSO în organizație

8.Conținuturi

Curs	Metode de predare	Obs.
C1: Conceptualizarea responsabilității sociale corporative Definiția responsabilității sociale corporative/organizaționale Concepte, abordări, etc.	Prelegere, dezbateri	2h
C2: Dimensiunile responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	2h
C3: Principalele abordări ale responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	2h
C4. – C5: Argumentele pro și contra responsabilitate socială corporativă/organizațională	Prelegere, dezbateri	2h
C6. – C7: Implicarea companiilor în acțiuni responsabile social. Reacția companiilor la problemele de ordin social	Prelegere, dezbateri	2h
C8. - C9: Operaționalizarea responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	1h
C10. Instrumentele specifice responsabilității sociale corporative/organizaționale	Prelegere, dezbateri	2h
C11: Responsabilitatea socială corporativă și companiile multinaționale. Dezvoltarea responsabilității sociale corporative pe plan global. Analiza critică a relației responsabilitate socială corporativă – societăți multinaționale – globalizare	Prelegere, dezbateri	2h
C12. - C13: Relația dintre performanța socială a organizației și cea financiară. Avantajele corporative ale implicării în acțiuni responsabile social. Performanța socială versus performanța financiară	Prelegere, dezbateri	2h
C14. Provocările actuale ale responsabilității sociale corporative/organizaționale. Asocierea dintre RSC /RSO și societățile multinaționale	Prelegere, dezbateri	1h

Bibliografie

- Falck, Oliver, Heblich, Stephan, Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good, Business Horizons, Vol. 50, Issue 3, pag. 247-254, Elsevier Science Inc., USA, 2007
- Frederick, Robert E., La ética en los negocios: Aplicación a problemas específicos en las organizaciones de negocios, Oxford University Press, México, 2001
- Galbreath, Jeremy, Corporate Social Responsibility Strategy: Strategic Options, Global Considerations, Corporate Governance, Vol. 6, No. 2, pag. 175-187, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2006
- Genest, Christina M., Cultures, Organizations and Philanthropy, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 10, No. 4, pag. 315-327, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2005
- Godfrey, Paul C., Hatch, Nile W., Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century, Journal of Business Ethics, Vol. 70, No. 1, pag. 87-98, Springer Netherlands, Dordrecht, Netherlands, 2007
- Kolk, Ans, Tulder, Rob Van, Poverty Alleviation as Business Strategy? Evaluating Commitments of

Frontrunner Multinational Corporations, World Development, Vol. 34, Issue 5, pag. 789-801, Pergamon-Elsevier Science Ltd., Oxford, UK, 2006

- Kotler, Philip, Lee, Nancy, Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, Best practices from Hewlett-Packard, Ben & Jerry's, and other leading companies, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA, 2005
- Kroll, Karen M., Good deeds deliver, Industry Week, USA, 15.01.2001, http://www.findarticles.com/p/articles/mi_hb3044/is_200101/ai_n13039991
- Lane, Henry W., DiStefano, Joseph J., Maznevski, Martha L., International Management Behavior: Text, Readings and Cases, 4th Edition, Blackwell Publishing, UK, 2000
- Levis, Julien, Adoption of Corporate Social Responsibility Codes by Multinational Companies, Journal of Asian Economics, Vol. 17, Issue 1, pag. 50-55, Elsevier Science Inc., USA, 2006
- Weiss, Anne, Developing Social Indicators for Use in GRI Sustainability Reporting, PriceWaterhouse Coopers, 09.1999, http://www.ilo.org/vpidocuments/NEFA_1.pdf
- Werther Jr., William B., Chandler, David, Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance, Business Horizons, Vol. 48, Issue 4, pag. 317-324, Elsevier Science Inc., USA, 2005
- Zaiț, Dumitru, Management intercultural: Valorizarea diferențelor culturale, Editura Economică, București, 2002
- www.bsr.org, www.europa.eu.int, www.responsabilitatesociala.ro, www.oecd.org.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Obs.
S1. Responsabilitatea socială a organizațiilor - definiții, obiective, roluri. Studii de caz.	explicația, aplicații practice.	2h
S2-S3..Tipuri și instrumente folosite in RSO Dezbateri, Studii de caz, Aplicații	explicația, aplicații practice.	2h
S4. - S5. Responsabilitatea socială la nivel global. Statele Unite ale Americii versus Uniunea Europeană: Studii de caz. Dezbateri	explicația, aplicații practice.	2h
S6. – S7. Responsabilitatea socială a organizațiilor în România Studii de caz. Dezbateri	explicația, aplicații practice.	3h

Bibliografie

- Falck, Oliver, Heblich, Stephan, Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good, Business Horizons, Vol. 50, Issue 3, pag. 247-254, Elsevier Science Inc., USA, 2007
- Frederick, Robert E., La ética en los negocios: Aplicación a problemas específicos en las organizaciones de negocios, Oxford University Press, México, 2001
- Galbreath, Jeremy, Corporate Social Responsibility Strategy: Strategic Options, Global Considerations, Corporate Governance, Vol. 6, No. 2, pag. 175-187, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2006
- Genest, Christina M., Cultures, Organizations and Philanthropy, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 10, No. 4, pag. 315-327, Emerald Group Publishing Ltd., Bradford, UK, 2005
- Godfrey, Paul C., Hatch, Nile W., Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century, Journal of Business Ethics, Vol. 70, No. 1, pag. 87-98, Springer Netherlands, Dordrecht, Netherlands, 2007
- Kolk, Ans, Tulder, Rob Van, Poverty Alleviation as Business Strategy? Evaluating Commitments of Frontrunner Multinational Corporations, World Development, Vol. 34, Issue 5, pag. 789-801, Pergamon-Elsevier Science Ltd., Oxford, UK, 2006
- Kotler, Philip, Lee, Nancy, Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, Best practices from Hewlett-Packard, Ben & Jerry's, and other leading companies, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA, 2005
- Kroll, Karen M., Good deeds deliver, Industry Week, USA, 15.01.2001, http://www.findarticles.com/p/articles/mi_hb3044/is_200101/ai_n13039991
- Lane, Henry W., DiStefano, Joseph J., Maznevski, Martha L., International Management Behavior: Text, Readings and Cases, 4th Edition, Blackwell Publishing, UK, 2000
- Levis, Julien, Adoption of Corporate Social Responsibility Codes by Multinational Companies, Journal of Asian Economics, Vol. 17, Issue 1, pag. 50-55, Elsevier Science Inc., USA, 2006
- Weiss, Anne, Developing Social Indicators for Use in GRI Sustainability Reporting, PriceWaterhouse Coopers, 09.1999, http://www.ilo.org/vpidocuments/NEFA_1.pdf

- Werther Jr., William B., Chandler, David, Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance, Business Horizons, Vol. 48, Issue 4, pag. 317-324, Elsevier Science Inc., USA, 2005
- Zaiț, Dumitru, Management intercultural: Valorizarea diferențelor culturale, Editura Economică, București, 2002
- www.bsr.org, www.europa.eu.int, www.responsabilitatesociala.ro, www.oecd.org.

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

10.Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluarea cunoștințelor acumulate	Răspunsurile la examen	50 %
	Participare constantă la activitatea didactică.	Evaluare pe parcurs – test de capitole	5 %
10.5 Seminar/laborator	Lucrări de control		
	Realizarea de teme / referate / eseuri /proiecte	Sustinere referat	40 %
	Prezență și activitate curentă seminar		5 %
10.6 Standard minim de performanță			
☐ Cunoașterea conceptului RSO și importanța acestuia în relația cu managementul organizației ☐ Îndeplinirea condițiilor minime ale realizării unui referat			

Data completării
20.09.2024

Semnătura titularului de curs
Lect. univ.dr. Ghibanu Ionut

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ.dr. Ghibanu Ionut

Data avizării în departament
26.09.2024

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana