**FIŞA DISCIPLINEI**

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Instituţia de învăţământ superior | Universitatea de Vest din Timișoara |
| 1.2 Facultatea / Departamentul | Sociologie și Asistență Socială |
| 1.3 Catedra | Sociologie |
| 1.4 Domeniul de studii | Sociologie-Resurse Umane |
| 1.5 Ciclul de studii | Master |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | MRUAO  (263201-sociolog, 263208-cercetator in sociologie, 242308-analist piata muncii, 333306-analist resurse umane, 242314-specialist resurse umane) |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Brandul de angajator | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | GODEAN FLORIN | | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | GODEAN FLORIN | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | I | 2.5 Semestrul | | 1 | 2.6 Tipul de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | D.F. |

1. **Timpul total estimat (ore pe semestru al activităţilor didactice)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 2 | din care: 3.2 curs | | 1 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 28 | din care: 3.5 curs | | 14 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| **Distribuţia fondului de timp:** | | | | | | **ore** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren | | | | | | 0 |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | 10 |
| Tutoriat | | | | | | 12 |
| Examinări | | | | | | 10 |
| Alte activităţi…………………………………… | | | | | |  |
| **3.7 Total ore studiu individual** | **62** | |
| **3.8 Total ore pe semestru** | **100** | |
| **3.9 Numărul de credite** | **4** | |

1. **Precondiţii (acolo unde este cazul)**

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | * Disciplina este o disciplină de domeniu și nu necesită cunoștinte anterioare |
| 4.2 de competenţe | * Sunt necesare competențe de învățare activă și de organizare a timpului |

1. **Condiţii (acolo unde este cazul)**

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului | NU ESTE CAZUL |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului | NU ESTE CAZUL |

1. **Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei**

|  |  |
| --- | --- |
| Cunoștințe | Cunoștințe care să permită intervenții de natură practică în departamentele de resurse umane ale organizațiilor, precum recrutarea și selecția, evaluarea performanțelor, motivarea angajaților și construirea echipelor de muncă performante. |
| Abilități | Abilitatea de a elabora strategii organizaționale specifice domeniului resurselor umane. |
| Responsabilitate și autonomie |  |

1. **Conţinuturi**

Platforma prin care pot fi accesate suportul de curs în format electronic și alte resurse de învățare/bibliografice:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **7.1 Curs** | **Metode de predare** | | **Observaţii** |
| **C1. Curs introductiv**  (Ce este Employer Branding-ul?, cunoștințe inițiale, structura cursului)  Activitatea este dedicată prezentării fișei  disciplinei, materialelor, planificării și  cerințelor disciplinei și a sistemului de comunicare cadru didactic – studenți. | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C2**. Employer brand, employer branding-concepte de bază, definiții & considerații  (Scurt istoric, apariție & asimilare concepte bază) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C3.** Rolul, obiectivele și strategia de Employer Branding  (Rolul Employer Branding-ului în contextul economic actual, obiective, strategii) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C4**. Employer branding-ul ca practică HR/instrument de lucru în organizații  (influențe interdisciplinare, practică HR, instrument lucru) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C5.** Elementele asociate Employer Brand-ului(partea 1)  (Elementele asociate unui brand și Employer Brand) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C6.** Elementele asociate Employer Brand-ului (partea2)  (Reputația, loialitatea, employer brand equity) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C7.** Operaționalizarea conceptului de Employer Brand  (dimensiunile atractivității organizaționale,  brand-ul și employer brand-ul văzut din perspectiva neuroștiințelor | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C8.** Procesul și etapele de construire al unui Employer Brand **(partea 1)**  (Valoarea propusa de angajare,  Marketing intern, Marketing-ul extern) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C9**. Procesul și etapele de construire al unui Employer Brand **(partea 2)**  (Valoarea propusa de angajare,  Marketing intern, Marketing-ul extern) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C10.** Cum măsurăm Employer branding-ul**?**  (Măsurarea employer branding-ului,  efectele employer branding-ului în practicile de recrutare, motivare și retenție) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C11.** Comunicarea Employer Brand-ului(Strategii de comunicare a employer branding-ului, Cultura organizațională, sisteme de comunicare, mediul de lucru (partea 1) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C12.** Acțiuni specifice Employer Branding-ului  **(**Cultura organizațională, sisteme de comunicare, mediul de lucru (partea 2),Campanii CSR. Practici și politici HR folosite în dezvoltarea employer brand-ului) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C13.** Organizațiile cu Employer Brand  (Practici și politici HR folosite în dezvoltarea employer brand-ului, Cum recunoaștem un Employer Brand?) | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **C14.** Curs de recapitulare și sinteză | -problematizare  -exemplificare  -dezbaterea | |  |
| **Bibliografie**   1. Brett Minchington. (2006). *Your Employer Brand*. Collective Learning Australia. 2. Ambler, T. and S. Barrow. (1996). *The employer brand*. Journal of Brand Management. http://dx.doi.org/10.1057/bm.1996.42 3. Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer *branding*. International journal of advertising. 4. Christian P. Theurer, Andranik Tumasjan, Isabell M. Welpe and Filip Lievens (2016). *Employer Branding: A Brand* *Equity-based Literature Review and Research Agenda*. International Journal of Management. | | | |
| **7.2 Seminar / laborator** | | **Metode de predare** | **Obs** |
| **S1.** Seminar introductiv   * evaluare inițială; * Introducere în Employer Branding; * aspecte organizatorice. | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  . |  |
| **S2**. Contextualizarea conceptelor de bază asociate Employer Brand-ului și Employer Branding-ului | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  . |  |
| **S3.** Elaborarea unei strategii de Employer branding (context aplicare, scop, obiective, beneficii, mijloace) | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  . |  |
| **S4.** Practica de Employer Branding în organizații | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  . |  |
| **S5.** Elementele asociate Brand-ului și Employer Brand-ului (atribute, beneficii, valori, imagine, reputație)- prima parte | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  . |  |
| **S6.** Elementele asociate Brand-ului și Employer Brand-ului (loialitate, afinitate, employer brand equity) -a doua parte | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **S7.** Dimensiunile atractivității unui Employer Brand-studiu de caz | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  Principalele aplicații utilizate: Google Meet, Microsoft PowerPoint, Google Classroom, Google Forms, Mentimeter. |  |
| **S8.** Construirea unui Employer Brand urmărind etapele procesului de dezvoltare (partea 1) | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz  . |  |
| **S9.** Construirea unui Employer Brand urmărind etapele procesului de dezvoltare (partea 1) | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **S10.** Indicatorii prin care măsuram Employer Brand-ul **(ce, când și cum măsurăm?)** | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **S11.** Moduri de comunicare interna si externa a unui Employer Brand | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **S12.** Acțiuni specifice Employer Branding-ului  **(**Cultura organizațională, sisteme de comunicare, mediul de lucru (partea 2),Campanii CSR. Practici și politici HR folosite în dezvoltarea employer brand-ului) | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **S13.** Organizațiile cu Employer Brand  (Practici și politici HR folosite în dezvoltarea employer brand-ului, Cum recunoaștem un Employer Brand?) | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **S14.** Seminar recapitulativ / feedback proiecte | | Conversația,  Exercițiul, Munca în  Echipă, dezbatere, studiul de caz |  |
| **Bibliografie**   1. Brett Minchington. (2006). *Your Employer Brand*. Collective Learning Australia. 2. Ambler, T. and S. Barrow. (1996). *The employer brand*. Journal of Brand Management. http://dx.doi.org/10.1057/bm.1996.42 3. Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer *branding*. International journal of advertising. 4. Christian P. Theurer, Andranik Tumasjan, Isabell M. Welpe and Filip Lievens (2016). *Employer Branding: A Brand* *Equity-based Literature Review and Research Agenda*. International Journal of Management. | | | |
|  | | | |

1. **Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| * Conţinuturile tematice abordate prezintă un nivel ridicat de compatibilitate cu ofertele de profil din România, dar şi de la nivel international. Activităţile de curs şi de seminar proiectate includ principalele subiecte de interes din domeniul employer branding-ului. * Dezvoltarea abilitătilor de construire și comunicare a unui Employer Brand reprezintă un punct forte pentru orice viitor specialist si consultant de resurse umane. |

1. **Utilizarea instrumentelor bazate pe inteligența artificială generativă**

|  |
| --- |
| **Pentru realizarea sarcinilor definite la secțiunea de evaluare** (cadrul didactic va preciza dacă doar la curs, doar la seminar/laborator sau la ambele), **nu este permisă utilizarea instrumentelor IAgen** SAU **este permisă utilizarea IIAgen pentru** *generarea de idei/slogan/design/imagini/rescriere de text, editare/review etc.* (cadrul didactic alege una dintre variante).  *Exemplele cele mai cunoscute de instrumente IAgen includ, dar nu se rezumă la: ChatGPT, Google Gemini, Copilot pentru text sau MidJourney pentru imagini.*  *Fiecare student va preciza, într-o declarație redactată distinct pentru fiecare sarcină de lucru, conform modelului din anexa 3 a* [*Regulamentului privind utilizarea inteligenței artificiale generative în procesul educațional la UVT*](https://www.uvt.ro/wp-content/uploads/sites/3/2026/01/Regulament-UVT_Utilizarea-AI-in-educatie.pdf)*, instrumentul pe care l-a utilizat, modul în care a fost utilizat și partea din sarcină în care acesta a fost utilizat. Declarația va fi menționată de student la începutul sarcinii de lucru elaborate.* |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | **Test grilă** | Test grila de cunostinte in cursul 14 -18 întrebări cu răspuns  multiplu (0,5 pct/întrebare + 1 pct. din oficiu). Pentru promovarea testului, studentul trebuie să obțină minimum nota 5. In sesiunea de restanțe evaluarea se va realiza oral | 10% |
|  | **Examen final (in sesiune)** | Oral-Prezentarea unui proiect de construire al unui Employer Brand și modul in care se comunica | 30% |
| 10.5 Seminar / laborator | **Evaluare pe parcurs-3sarcini** | Evaluare pe parcurs prin realizarea a 3 sarcini care corespund cu 3 rezultate ale invatarii | 60% |
| **Condiții de intrare în examen în prima sesiune**  Prezența la minim 50% din numărul total al cursurilor  Prezența la minim 50% din numărul total al seminariilor | | | |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| • Atingerea a cel puțin jumătate din punctaj la fiecare sarcină de evaluare (finală sau de pe parcurs);  • Notele obținute la sarcinile de evaluarea de pe parcurs se reportează și în cazul susținerii examenului  în sesiunile de restanțe (indiferent de motivul prezentării în sesiunea de restanță: nepromovarea  primului examen sau neprezentare);  • Sarcinile de pe parcurs din cadrul seminarului sunt obligatorii și în cazul prezentării la restanță;  • Nota finală (Nf) se calculează după formula:  Nf = (S1\*0,2) + (S2\*0,2) + (S3\*0,2) + + (Testgrilă\*0,1) + (Evaluarefinală\*0,30) | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Data completării  IANUARIE 2026 | Semnătura titularului de curs | | Semnătura titularului de seminar |
| Data avizării în catedră/departament | | Semnătura şefului catedrei/departamentului | |