

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ 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 Ciclu 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)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Brandul de angajator						
2.2 Titularul activităților de curs	GODEAN FLORIN						
2.3 Titularul activităților 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

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților 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 învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					0
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					12
Examinări					10
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	62				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Disciplina este o disciplină de domeniu și nu necesită cunoștințe anterioare
4.2 de competențe	• Sunt necesare competențe de învățare activă și de organizare a timpului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	NU ESTE CAZUL
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	NU ESTE CAZUL

6. 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	

7. Conținuturi

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

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
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 -dezbateră	
C6. Elementele asociate Employer Brand-ului (partea2) (Reputația, loialitatea, employer brand equity)	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
C7. Operaționalizarea conceptului de Employer Brand (dimensiunile atractivității organizaționale, brand-ul și employer brand-ul văzut din perspectiva neuroștiințelor)	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
C8. Procesul și etapele de construire al unui Employer Brand (partea 1) (Valoarea propusa de angajare, Marketing intern, Marketing-ul extern)	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
C9. Procesul și etapele de construire al unui Employer Brand (partea 2) (Valoarea propusa de angajare, Marketing intern, Marketing-ul extern)	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
C10. Cum măsurăm Employer branding-ul? (Măsurarea employer branding-ului, efectele employer branding-ului în practicile de recrutare, motivare și retenție)	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
C11. Comunicarea Employer Brand-ului (Strategii de comunicare a employer branding-ului, Cultura organizațională, sisteme de comunicare, mediul de lucru (partea 1))	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
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 -dezbateră	
C13. Organizațiile cu Employer Brand (Practici și politici HR folosite în dezvoltarea employer brand-ului, Cum recunoaștem un Employer Brand?)	-problematizare -exemplificare -dezbateră	
C14. Curs de recapitulare și sinteză	-problematizare -exemplificare -dezbateră	

Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Brett Minchington. (2006). <i>Your Employer Brand</i>. Collective Learning Australia. 2. Ambler, T. and S. Barrow. (1996). <i>The employer brand</i>. 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. Welp and Filip Lievens (2016). <i>Employer Branding: A Brand Equity-based Literature Review and Research Agenda</i>. International Journal of Management. 		
7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Obs
S1. Seminar introductiv <ul style="list-style-type: none"> • evaluare inițială; • Introducere în Employer Branding; • aspecte organizatorice. 	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
S2. Contextualizarea conceptelor de bază asociate Employer Brand-ului și Employer Branding-ului	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
S3. Elaborarea unei strategii de Employer branding (context aplicare, scop, obiective, beneficii, mijloace)	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
S4. Practica de Employer Branding în organizații	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
S5. Elementele asociate Brand-ului și Employer Brand-ului (atribute, beneficii, valori, imagine, reputație)-prima parte	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, 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, dezbateri, studiul de caz	
S7. Dimensiunile atractivității unui Employer Brand-studiu de caz	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, 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, dezbateri, studiul de caz	
S9. Construirea unui Employer Brand urmărind etapele procesului de dezvoltare (partea 1)	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
S10. Indicatorii prin care măsurăm Employer Brand-ul (ce, când și cum măsurăm?)	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
S11. Moduri de comunicare internă și externă a unui Employer Brand	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, 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, dezbateri, 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, dezbateri, studiul de caz	
S14. Seminar recapitulativ / feedback proiecte	Conversația, Exercițiul, Munca în Echipă, dezbateri, studiul de caz	
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Brett Minchington. (2006). <i>Your Employer Brand</i>. Collective Learning Australia. 2. Ambler, T. and S. Barrow. (1996). <i>The employer brand</i>. 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. Welp and Filip Lievens (2016). *Employer Branding: A Brand Equity-based Literature Review and Research Agenda*. International Journal of Management.

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

- Conținuturile tematice abordate prezintă un nivel ridicat de compatibilitate cu ofertele de profil din România, dar și de la nivel internațional. Activitățile de curs și de seminar proiectate includ principalele subiecte de interes din domeniul employer branding-ului.
- Dezvoltarea abilităților de construire și comunicare a unui Employer Brand reprezintă un punct forte pentru orice viitor specialist și consultant de resurse umane.

9. 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](#), 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.**

10. 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 în 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- 3 sarcini	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 performanță <ul style="list-style-type: none"> • Atingerea a cel puțin jumătate din punctaj la fiecare sarcină de evaluare (finală sau de pe parcurs); • Notele obținute la sarcinile de evaluare 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 șefului catedrei/departamentului