

Lector univ. dr. AMALIA PETROVICI

**COMUNICARE
ORGANIZAȚIONALĂ:
NOTE DE CURS**

CUPRINS

În loc de introducere:

**COMUNICAREA ORGANIZAȚIONALĂ,
ÎN TRE NECESITATE ȘI PERFORMANȚĂ / 5**

Capitolul 1

„COMUNIC, DECI EXIST” / 6

1.1. Abordarea comunicării din diferite perspective / 7

1.1.1. Comunicarea din perspectiva psihologiei personalității / 7

1.1.1.1. Conceptul de personalitate umană / 7

1.1.1.2. Personalitate și stil de comunicare / 12

1.1.1.3. Despre personalitatea pozitivă: „viața merită a fi trăită” / 17

1.1.1.4. Modelul BIG-FIVE, o nouă tendință în studiul personalității / 20

1.1.2. Comunicarea din perspectiva psihologiei grupurilor / 22

1.1.2.1. Comunicarea din cadrul grupului: concept și caracteristici / 22

1.1.2.2. Conflictul, dimensiune esențială a comunicării / 28

1.1.2.3. Negocierea, un liant social / 38

1.1.3. Comunicarea din perspectiva teoriei organizaționale / 41

1.1.3.1. Informația, resursă a organizației / 42

1.1.3.2. Feedback-ul, factor al eficienței organizaționale / 44

1.1.3.3. Relația dintre individ și organizație / 48

1.2. Comunicarea: de la funcție la disfuncție / 56

1.2.1. Funcțiile comunicării / 57

1.2.2. Disfuncții ale comunicării: barierele comunicaționale / 65

Capitolul 2

DESPRE ORGANIZAȚIE ȘI CÂMPUL EI DE INVESTIGAȚIE / 70

2.1. Organizația și societatea organizațiilor / 72

2.1.1. Abordări teoretice ale conceptului de organizație / 72

2.1.2. Criterii de definire a organizațiilor / 75

2.1.3. Teorii despre organizații / 77

2.1.3.1. Teoria organizațiilor ca sisteme închise și raționale:

Teoria birocrăției (Max Weber) / 77

2.1.3.2. Teoria organizațiilor ca sisteme închise și naturale:

Teoria X,Y (DouglasMcGregor) / 80

2.1.3.3. Teoria organizațiilor ca sisteme deschise și raționale:

Teorii de contingență (Joan Woodward)

Analiza costurilor tranzacționale (Oliver Williamson) / 81

2.1.3.4. Teoria organizațiilor ca sisteme deschise și naturale:

Teoria organizării (Karl E. Weick)

Analiza ecologică (J. Pfeffer & G. Salancik) / 82

- 2.1.4. Teorii (post)moderne / 83
 - 2.1.4.1. Birocrație vs. Adhocrație, o dilemă organizațională / 83
 - 2.1.4.2. Birocrația creativă / 85
 - 2.1.4.3. Birocrația și democrația / 86
 - 2.1.4.4. Structura în șase părți / 86
- 2.1.5. Organizația ca brand / 88
- 2.2. Organizația: de la interior la exterior / 92**
 - 2.2.1. De ce relații publice: *cui prodest* ? / 93
 - 2.2.2. Relațiile publice interne sau despre comunicarea internă strategică / 97
 - 2.2.3. Funcții și modele ale sistemului de relații publice: conceptul de eficacitate / 101
 - 2.2.4. Rolul specialiștilor în relații publice: conceptul de eficiență / 105
 - 2.2.5. Aprecieri finale: Despre puterea PR-ului / 109
- 2.3. Organizația în caz de criză / 111**
 - 2.3.1. Despre criză. De la intuiție la realitate / 111
 - 2.3.2. Managementul crizelor / 113
 - 2.3.3. Retragerile de pe piață ca eșecuri ale comunicării de criză / 117
 - 2.3.4. Efectele crizelor: impact și consecințe / 119
- 2.4. De la comunicare la eficiență: o aspirație a timpului prezent / 120**

Capitolul 3

COMUNICARE, CULTURĂ ȘI IDENTITATE ORGANIZAȚIONALĂ / 121

3.1. Comunicarea organizațională / 122

- 3.1.1. Comunicarea formală / 123
- 3.1.2. Comunicarea informală / 126
- 3.1.3. Rețele de comunicare / 128
- 3.1.4. Strategii de comunicare organizațională / 130
- 3.1.5. Studiu de caz: Hofigal – homeopatie, fitoterapie, galenice / 135

3.2. Cultură comunicațională – cultură organizațională / 143

- 3.2.1. Paradigmele culturii organizaționale / 147
- 3.2.2. Elementele culturii organizaționale / 148
- 3.2.3. Tipuri de cultură organizațională / 151
- 3.2.4. Teoria excelenței organizaționale / 157

3.3. Identitatea organizațională, premisă a comunicării strategice / 159

- 3.3.1. Instrumente pentru construirea identității organizaționale / 159
- 3.3.2. Instrumente de evaluare a identității organizaționale / 166

3.4. Spre o cultură a consumatorului / 168

În loc de concluzii: COMUNICAREA ORGANIZAȚIONALĂ, ÎNTRE MARATON ȘI CURSA DE 100m / 171

ANEXE / Exerciții pentru seminar / 173

BIBLIOGRAFIE / 178