

Doina I. POPESCU

**CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ
ȘI ETICA ÎN AFACERI**

Ediția a II-a

**EDITURA ASE
București
2025**



Academia de Studii Economice din București

Copyright © 2025, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

POPESCU, DOINA I.

Cultura organizațională și etica în afaceri / Doina I. Popescu. -

Ed. a 2-a. - București : Editura ASE, 2025

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0567-9

005

Editura ASE

Redactor: Livia Radu

Tehnoredactor: Violeta Rogojan

Copertă: Violeta Rogojan

Autorul își asumă întreaga responsabilitate pentru: ideile exprimate, corectitudinea științifică, originalitatea materialului și sursele bibliografice menționate.

CUPRINS

Capitolul I

CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ

PREZENTARE GENERALĂ.....	11
1.1 Introducere	11
1.2 Definirea culturii organizaționale	12
1.3 Bazele culturii organizaționale	19
1.4 Cultura organizațională și efectele sale	21

Capitolul II

CREAREA CULTURII ORGANIZAȚIONALE

2.1 Cum începe crearea unei culturi organizaționale	23
2.1.1 <i>Menținerea unei culturi vii.....</i>	23
2.2 Provocări în crearea culturii organizaționale	26

Capitolul III

SCHIMBĂRI ORGANIZAȚIONALE

3.1 Aspecte ale schimbării organizaționale	29
3.2 Rezistența împotriva schimbării	31
3.3 Schimbările culturii organizaționale	33
3.3.1 <i>Evoluția de la organizația tradițională la conceptul de echipă</i>	33
3.4. Influențele schimbărilor culturale	37

Capitolul IV

SOCIALIZAREA ȘI CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ.....

4.1 Etapele socializării	42
4.1.1 <i>Socializarea anticipativă</i>	42
4.1.2 <i>Acomodarea</i>	43
4.1.3 <i>Managementul rolului</i>	44
4.2 Caracteristici ale socializării efective.....	45
4.2.1 <i>Socializarea anticipativă efectivă.....</i>	45
4.2.2 <i>Acomodarea efectivă</i>	46
4.2.3 <i>Managementul efectiv al rolului.....</i>	48
4.3 Mentori și socializare	49
4.4 Cultura organizațională și valori sociale	52
4.5 Socializarea unei forțe de muncă tot mai diversificată din punct de vedere cultural.....	55
4.5.1 <i>Capacitatea managementului de a folosi diversitatea.....</i>	56

Capitolul V

CULTURA NAȚIONALĂ ȘI CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ A CORPORAȚIILOR. IMPLICAȚII ASUPRA

MANAGEMENTULUI RESURSELOR UMANE	59
5.1 Cultura.....	60
5.2 Practici ale managementului resurselor umane în cadrul corporațiilor multinaționale	62
5.2.1 <i>Planning și staffing</i>	62
5.2.2 <i>Evaluare și recompensare</i>	64
5.2.3 <i>Selectare și socializare</i>	67
5.3 Globalizarea	69
5.3.1 <i>Diferențiere vs Integrare</i>	70
5.3.2 <i>Control vs Autonomie</i>	71
5.3.3 <i>Limite: Național vs Corporații</i>	72

Capitolul VI

LEADERSHIP – COMPONENTĂ A CULTURII ORGANIZAȚIONALE ȘI ELEMENT DE REDEFINIRE

A CAPABILITĂȚILOR MANAGERIALE	74
6.1 Importanța leadershipului în contextul culturii organizaționale	74
6.2 Abordări ale relației de leadership	78
6.3 Leadershipul multicultural	86
6.4 Receptivitatea	89
6.4.1 <i>Determinarea stilului adecvat</i>	91
6.5. Percepția și impactul puterii	95
6.5.1 <i>Definirea conceptului de putere</i>	95
6.5.2 <i>Puterea poziției și puterea personală</i>	96
6.5.3 <i>Receptivitatea, stilul și esența puterii</i>	98
6.5.4 <i>Folosirea puterii</i>	103
6.6 Legăturile dintre bazele puterii de integrare, nivelul pregătirii angajaților și tipul de leadership	107
6.7 Conflictul în cadrul organizației.....	112

Capitolul VII

ETICA ÎN AFACERI	117
7.1 Etica și sfera ei de cuprindere	117
7.2 Etica managerială	124
7.3 Etica în contextul globalizării	129
7.4 Metode de îmbunătățire a comportamentului etic	131
7.5 Codurile etice	133
7.6 Etica în lume	145

Capitolul VIII

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ A FIRMEI	149
8.1 Introducere	149
8.2 Responsabilitatea socială corporativă (RSC)	152
8.2.1 <i>Marketingul social corporativ – cel mai semnificativ tip de responsabilitate socială corporativă</i>	156
8.2.1.1 <i>Rolul marketingului social corporativ în contextul economiei circulare</i>	159
8.3 Green management.....	163
8.3.1 <i>Evaluarea acțiunilor de “Green Management”</i>	167
8.4 Energia regenerabilă – element esențial al strategiei UE privind energia și schimbările climatice	170
8.4.1 <i>Potențialul energetic de biomasă al României – premisă pentru dezvoltarea sustenabilă și asigurarea siguranței energetice</i>	173
8.5 Agricultură ecologică.....	180
8.5.1 <i>Interdependențele dintre agricultura ecologică și industria de textile și cea de confecții</i>	187
8.6 Responsabilitatea socială reflectată în modă.....	192
8.6.1 <i>Industria de confecții îmbrăcăminte din România și responsabilitatea socială</i>	194
ANEXĂ	199
BIBLIOGRAFIE	201