



Universitatea  
Transilvania  
din Braşov

FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE  
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR

# **CULTURA ORGANIZAŢIONALĂ – ELEMENT CHEIE PENTRŪ SUCCESUL ORGANIZAŢIILOR DIN DOMENIUL PUBLICITĂŢII**

**AUTOR:** Rusu Tudor

**COORDONATOR ŞTIINŢIFIC:** Conf. dr. Albu Ruxandra Gabriela

# CUPRINS

---

1. Scopul și obiectivele generale ale lucrării
2. **Capitolul I.. ASPECTE TEORETICE PRIVIND CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ**
3. **Capitolul II. . STUDIU DE CAZ in cadrul companiilor de publicitate clasice din Bucuresti**
4. **Capitolul III. CONCLUZII, PROPUNERI ȘI CONTRIBUȚII PERSONALE**
5. Bibliografie

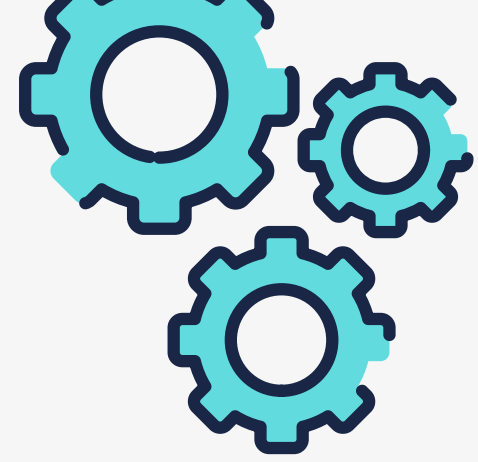
## **SCOPUL LUCRĂRII**

Scopul acestei lucrări este de a analiza și înțelege cultura organizațională a companiilor de publicitate din București și de a explora modul în care aceasta contribuie la succesul și performanța acestor companii.

## **OBIECTIVELE GENERALE**

1. Să examineze valorile, principiile și practicile culturale specifice companiilor de publicitate din București.
2. Să evalueze impactul culturii organizaționale asupra creativității, inovației și eficienței acestor companii.
3. Să ofere o înțelegere mai profundă a factorilor care influențează succesul companiilor de publicitate din București.
4. Să aducă o contribuție valoroasă în domeniul marketingului prin obținerea de noi perspective și cunoștințe relevante.

# CAPITOLUL I



## ASPECTE TEORETICE PRIVIND CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ

---

Cultura organizațională se referă la totalitatea valorilor, credințelor, normelor, practicilor și comportamentelor colective care caracterizează o organizație și care influențează modul în care membrii săi interacționează și își desfășoară activitatea. Este rezultatul interacțiunii dintre membrii organizației și mediul lor de lucru și joacă un rol esențial în definirea identității și personalității organizației..

**Said Abdullah Al Saifi (2015), “ Journal of Knowledge Management pp.164–89**

Organizația este o entitate socială, formată din persoane ce întreprind activități organizatorice pentru atingerea unor obiective comune ce se îndreaptă spre perfecționarea serviciilor / produselor oferite.

**Voicu M., (2000), ABC-UI Comunicării Manageriale**

Comportamentul managerial este divers și poate fi caracterizat prin diferite stiluri de management. Aceste stiluri pot fi legate de caracteristicile personale ale managerului, atitudinea față de relațiile umane și se pot adapta în funcție de situație. Exemple de modele de comportament managerial includ stilurile generatoare de caracteristici personale, atitudinea față de relațiile umane și modelele de comportament de contingență.

**Prodan Adriana (1999), Managementul de Succes**

## **Diverse elemente care alcătuiesc cultura organizațională includ:**

**Sloganurile:** expresii legate de activitatea organizației și folosite pentru motivarea membrilor

**Simbolurile (logo-urile):** pot fi înregistrate oficial sau nu, reprezintă acele semne ce definesc obiectivele organizației

**Artefactele:** pot fi clădiri, piese de mobilier, îmbrăcăminte etc

**Limbajul**

**Ritualurile:** asigură încorporarea elementelor culturii în gândirea și comportamentul membrilor organizației

**Valorile:** cel mai important aspect. Formează sistemul de valori al organizației.

**Relația cu mediul înconjurător**

**Socializarea membrilor:** Procesul prin care membrii organizației se integrează și se asimilează valorile și normele stabilite.

**Comunicarea**

Gavrilă T. (2007), Managementul General al Firmei.

În ceea ce privește tipurile de cultură organizațională, există mai multe categorii pe care le putem identifica în organizații, precum:

- **Cultura puterii**
- **Cultura rolurilor**
- **Cultura de tip sarcină**
- **Cultura de tip persoană**

Este important de menționat că aceste tipuri de cultură nu există în mod pur în organizații, ci pot fi amestecate și combinate în funcție de particularitățile și valorile organizației.

Burduș E. (2003), Managementul Schimbării Organizaționale

# CAPITOLUL II

## STUDIU DE CAZ IN CADRUL COMPANIILOR DE PUBLICITATE CLASICE DIN BUCURESTI

---



Cultura organizațională joacă un rol crucial în agențiile de publicitate din România, contribuind la succesul și performanța acestora. Datele relevate în capitolul 2 arată o creștere semnificativă a sectorului de marketing digital și o adaptare rapidă la schimbările din piață.

Înțelegerea și dezvoltarea unei culturi organizaționale puternice poate fi un avantaj competitiv esențial pentru agențiile de publicitate din România.

**Barbu, Petre. "Raportul Media Fact Book." Forbes Romania (blog), December 8, 2016.**

Concentrarea afacerilor în mâinile unui număr mic de companii poate fi o provocare pentru agențiile mai mici care încearcă să intre pe piață. În acest context, dezvoltarea unei culturi organizaționale puternice devine esențială pentru a se diferenția și a obține un avantaj competitiv.

**Barbu, Petre. Topul agențiilor de media din România - anul 2022 - Forbes.ro." Forbes Romania (blog), June 5, 2023**

Scopul acestei cercetări este de a investiga **rolul culturii organizaționale, cu un accent special pe comunicare și relații interpersonale**, în succesul organizațiilor din domeniul publicității.

Vom explora aceste aspecte în cadrul a cinci agenții de publicitate de top din București: **2Performant Network SA, Data Revolt, Stefanini Infinit, Tribal Worldwide Digital, Kubis.**



Metoda de  
cercetare

Cercetare cantitativă, 53 chestionare

12 întrebări închise cu 4 variante de răspuns

Perioada:1 Martie-30 Martie



Eșantionare

Eșantionare de conveniență

53 SUBIECȚI, 25-50 ani

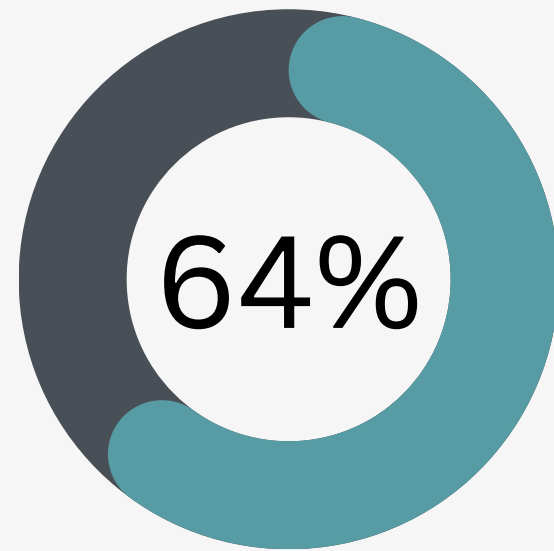
31- sex masculin și 22- sex feminin

47-Studii Superioare.      6- Liceu



# IPOTEZE vs RĂSPUNSURI

**I1: Calitatea comunicării în interiorul departamentelor și companiilor influențează satisfacția și performanța angajaților.**

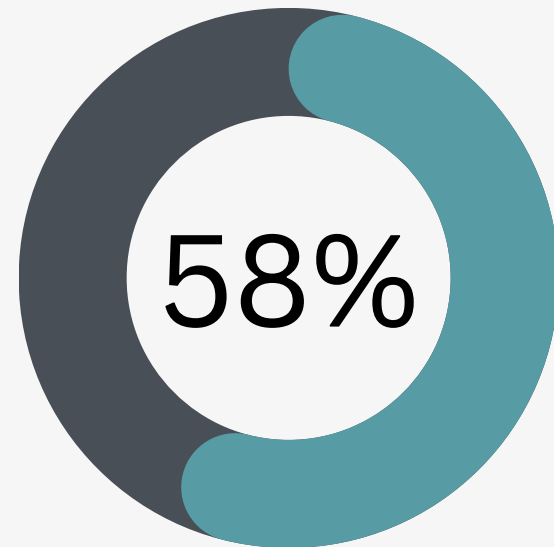


**DA**

Rezultatele chestionarului indică că majoritatea respondenților (64.15%) consideră că există o bună comunicare în cadrul departamentelor și companiilor lor.

Acest lucru sugerează că **ipoteza este confirmată.**

**I2: Claritatea așteptărilor transmise de manageri are un impact semnificativ asupra performanței angajaților.**



**DA**

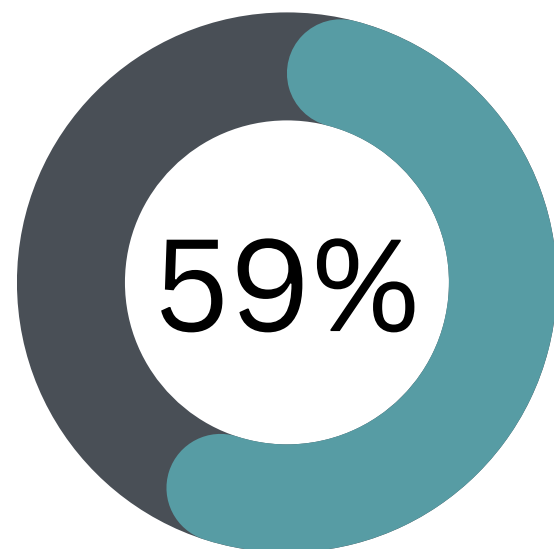
Majoritatea respondenților (58.49%) consideră că managerii transmit clar așteptările.

Acest lucru sugerează că **ipoteza este confirmată.**



# IPOTEZE vs RĂSPUNSURI

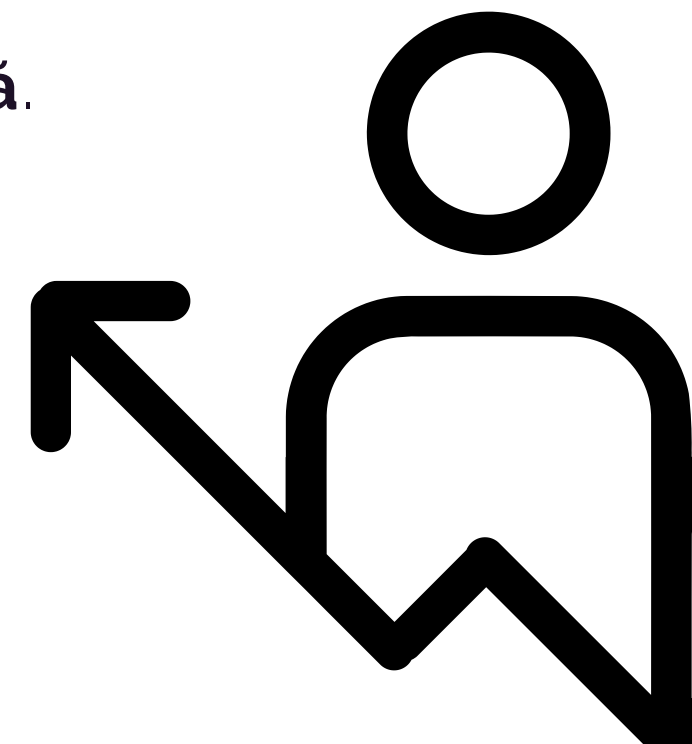
**I3: Feedback-ul constructiv și motivarea adecvată din partea managerilor contribuie la satisfacția și performanța angajaților.**



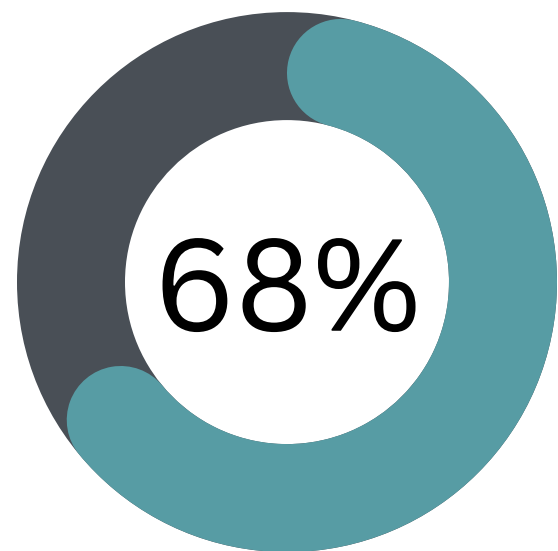
**POZITIV**

Rezultatele sunt mixte în această privință. În timp ce 67.92% dintre respondenți consideră că există o motivare suficientă a angajaților din partea managerilor, doar 50.94% consideră că managerii știu cum să ofere feedback constructiv și să motiveze corespunzător

Acest lucru sugerează că ipoteza este **confirmată**.



#### I4: Accesibilitatea și disponibilitatea managerilor de a asculta opiniile angajaților influențează climatul organizațional și satisfacția angajaților

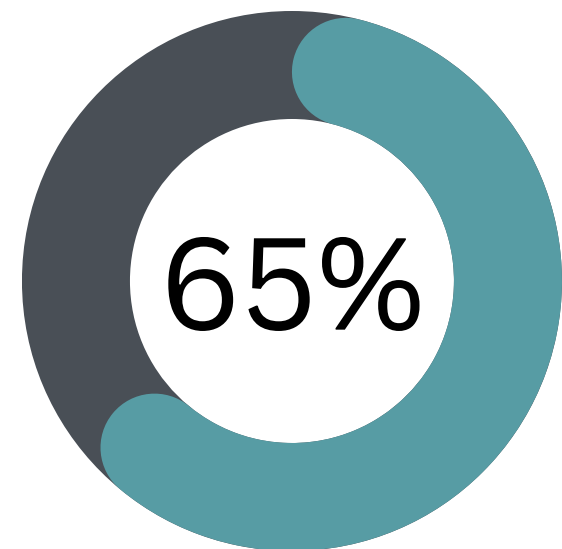


DA

Majoritatea respondenților (67.92%) consideră că superiorii sunt accesibili și disponibili pentru a asculta opiniile angajaților.

Acest lucru sugerează că **ipoteza este confirmată**.

#### I5: Comunicarea bidirecțională între angajați și superiori este esențială pentru eficiența activităților profesionale



DA

Majoritatea respondenților (**75.47%, 64.15% și 56.60% pentru întrebările 10, 11 și 12, respectiv**) consideră că comunicarea bidirecțională este necesară, utilă și poate fi îmbunătățită.

Acest lucru sugerează că **ipoteza este confirmată**.

# CONCLUZII

- Cultura organizațională joacă un rol esențial în modelarea comportamentului și performanței organizației.
- Gestionarea și modificarea culturii organizaționale pot avea un impact semnificativ asupra performanței organizaționale.
- Comunicarea dintre un angajat și superiorul direct / alți superiori este elementul cheie al comunicării verticale ascendente / descendente din organizație;
- Angajații reprezintă o resursă cheie în marketing și satisfacția lor este un obiectiv important pentru companii de succes.
- Relația interpersonală șef-subordonat este cea mai importantă relație de la nivelul organizației; cele mai multe activități care se desfășoară la nivelul unității se bazează pe această relație.
- Utilizarea tehnologiilor de comunicare poate eficientiza schimbul de informații în organizație și poate spori colaborarea între angajați.

În concluzie, cultura organizațională și comunicarea eficientă sunt elemente esențiale pentru succesul oricărei organizații. Acestea influențează nu doar performanța individuală a angajaților, dar și performanța organizațională.

# Bibliografie

- Al Saifi, Said Abdullah. "Positioning Organisational Culture in Knowledge Management Research." Journal of Knowledge Management 19, no. 2 (January 1, 2015): 164–89.
- Voicu, M. ABC-UL Comunicării Manageriale. Braila: Editura Danubius, 1998.
- Prodan, Adriana. Managementul de Succes. Iasi: Polirom, 1999.
- Gavrilă, Tatiana. Managementul General al Firmei. București: ed. Economică, 2007.
- Burduș, Eugen. Managementul Schimbării Organizaționale. București: Ed Economică, 2003.
- CONSTANTIN, Cristinel ect.univ., and Lect.Univ. Tecau. Cercetari de Marketing - CERCETĂRI DE MARKETING. Brasov: Universitatea Transilvania din Brasov, 2009.
- Foris, Tiberiu. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE Editura Universității Transilvania, 2016.
- Barbu, Petre. "Raportul Media Fact Book: Piața de media a crescut cu 10% în 2016, atingând 366 milioane de euro - Forbes.ro." Forbes Romania (blog), December 8, 2016.
- ———. "Topul agențiilor de media din România – anul 2022 - Forbes.ro." Forbes Romania (blog), June 5, 2023.
- . ———. "Topul agențiilor de publicitate digitală și marketing în anul 2021 - Forbes.ro." Forbes Romania (blog), July 14, 2022. <https://www.forbes.ro/topul-agentiilor-de-publicitatedigitala-si-marketing-in-anul-2021-276284>, Accesată la data de 2023-03-17.

**VĂ MULȚUMESC PENTRU ATENȚIE!**

