

**Universitatea Babeș–Bolyai, Cluj–Napoca**  
**Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării**  
**Departamentul de Comunicare, PR și Publicitate**  
**Anul universitar 2015-2016**  
**Semestrul I**

## **MASTER PUBLICITATE**

### **I. Informații generale despre curs, seminar, lucrare practică sau laborator**

**Titlul disciplinei:** *Dezvoltare personală și branding personal*

**Codul:**

**Numărul de credite:**

**Locul de desfășurare:** sala IV/I, T. Moșoiu nr. 71

**Programarea în orar a activităților:** Marti orele 16-18

### **II. Informații despre titularul de curs, seminar, lucrare practică sau laborator**

**Nume, titlul științific:** Prof. Univ. Dr. Sandu Frunză

**Informații de contact (adresă e-mail, eventual nr. de telefon):**  
[lucrariexamene@gmail.com](mailto:lucrariexamene@gmail.com)

**Ore de audiență, tutorial și consiliere:** luni ora 16, marți ora 18

### **III. Descrierea disciplinei:**

Cursul de *Dezvoltare personală și branding personal* își propune familiarizarea masteranzilor cu dezbaterile privind exigențele dezvoltării personale. Este un curs de dezvoltare personală ce vă propune să găsiți propriile voastre strategii de creare și consolidare a imaginii personale. Cursul contribuie la formarea masteranzilor ca specialiști în dezvoltare personală, branding personal și consiliere etică.

Cursul de *Dezvoltare personală și branding personal* are în vedere formarea de competențe în domeniul cercetării, al expertizei de analiză și consiliere în construcția imaginii de sine și de consiliere etică. Cursul urmărește formarea de deprinderi teoretice și de abilități de aplicare a cunoștințelor dobândite, temele dezbătute au deopotrivă un caracter teoretic și o parte aplicată pe formare personală și pe activități de consiliere de dezvoltare personală și consiliere personală. Cursul dă masteranzilor posibilitatea de a dobândi un cadru teoretic general pe care îl pot aplica deopotrivă în activitatea lor de cercetare, în activități ce presupun autocunoașterea, autoanaliza, depășirea situațiilor de criză, construcția imaginii de sine și marketizarea imaginii proprii și a celorlalți.

În cadrul cursului de *Dezvoltare personală și branding personal* se practică metode interactive de predare, combinând prelegerea de tip clasic cu utilizarea mijloacelor moderne de comunicare și predare. În acest cadru se insistă pe problemele practice și aplicate, se discută studii de caz și situații existențiale și de comunicare concrete, rolul central revenind masteranzilor. Aceștia se vor implica activ în prezentarea și dezbateră pe probleme specifice fiecărei teme și în analiza materialelor aduse în discuție.

#### **IV. Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei:**

Calculator și videoproiector pus la dispoziție de Facultate

#### **V. Planificarea întâlnirilor: Tematică:**

Condiția umană și realizarea personală în diverse tradiții religioase

Dimensiunile existenței și limitele vieții umane. Ce e de făcut?

Valori, idealuri și ideologia transformării personale

”Cunoaște-te pe tine însuși” și devenirea personală

Tematizări și practici ale stimei de sine în viața profesională

Cauzele nefericirii și modalitățile de depășire a ei. Efecte asupra vieții profesionale

Dorința, Iubirea și Seducția ca instrumente ale dezvoltării personale

Nevoia de dezvoltare personală o dată cu necesitatea construirii unui brand personal

Elemente de design ale brandului personal

Respectul, încrederea și creativitatea în dezvoltarea personală și brandingul personal

Modalități și tehnici de depășire a propriilor limite. La ce putem spera?

Consilierea în dezvoltarea personală

Consilierea în construcția și dezvoltarea brandului personal

Discuții pe marginea temelor dezbătute la curs

## VI. Bibliografie orientativă:

- Michel Lacroix, *Să ai un ideal*, traducere de Ileana Cantuniari, (București: Editura Trei, 2009).
- Bertrand Russell, *În căutarea fericirii*, traducere de S. G. Drăgan, (București: Humanitas, 2013).
- Michel Foucault, *Hermeneutica subiectului. Cursuri la College de France (1981-1982)*, traducere de Bogdan Ghiu, (Iași: Polirom, 2004).
- Antonio Sandu, "The Anthropology of Immortality and the Crisis of Posthuman Conscience", *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, vol. 14, issue 40 (Spring 2015): 3-26.
- Christophe Andre, *Imperfecti, liberi și fericiți. Practici ale stimei de sine*, traducere de Nicolae Baltă, (București: Editura Trei, 2009).
- Emmy van Deurzen, Martin Adams, *Psihoterapie și consiliere existențială*, traducere de Brândușa Popa, (București: Herald, 2011).
- Lou Marinoff, *Întrebări fundamentale. Filosofia îți poate schimba viața*, traducere de Oana Zamfirache, (București: Editura Trei, 2013).
- Lou Marinoff, *Înghite Platon nu Prozac*, traducere, note și studiu introductiv de Florin Lobonț, (București: Editura Trei, 2010).
- Jules Evans, *Filosofie pentru viață și alte situații periculoase*, traducere de Dan Crăciun, (București: Publica, 2013).
- Mădălina Moraru, "Reshaping American Identity Through Advertising. Standardization vs. Localization", *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, vol. 12, issue 35 (Summer 2013): 39-62
- Iulian Comănescu, *Cum să devii un Nimeni. Mecanismele notorietății, branduri personale și piața media din România*, Cuvînt înainte de Dragoș Grigoriu, (București: Humanitas, 2009).
- Thom Braun, *The Philosophy of Branding. Great Philosophers Think Brands*, (London: Kogan Page, 2004).
- Nathaniel Branden, *Honoring the Self: Self-Esteem and Personal Transformation*, (New York: Bantam Books, 1985).
- Roberto Álvarez del Blanco, *Personal Brands. Manage your life with talent and turn it into a unique experience*, (New York: Palgrave Mcmillan, 2010).
- Irving Rein, Philip Kotler, Michael Hamlin, and Martin Stoller, *High Visibility. Transforming Your Personal and Professional Brand*, third edition, (New York: McGraw-Hill, 2006).
- Miriam Salpeter, *Social networking for career success: using online tools to create a personal brand*, (New York, NY: Learning Express, 2011).
- Erik Deckers, Kyle Lacy, *Branding Yourself. How to Use Social Media to Invent or Reinvent Yourself*, (Indianapolis, Indiana: Que, 2010).
- Nicoleta Corbu, *Brandurile globale. O cercetare cross-culturală*, (București: Tritonic, 2009).
- Aurel Codoban, *Amurgul iubirii. De la iubirea pasiune la comunicarea corporală*, (Cluj: Idea Design & Print, 2004).
- Pascal Bruckner, *Paradoxul iubirii*, traducere de Irina Mavrodin, (București: Editura Trei, 2011).

Jose Ortega y Gasset, *Studii despre iubire*, traducere de Sorin Mărculescu, (București: Humanitas, 1995).

Ioan Chirilă, "The Struggle for Recognition or the Victorious Slave (An Incursion into the Sphere of the Legal and Theological Definitions of the Family)", *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, vol. 13, issue 37 (Spring 2014): 195-214.

Daniel Goleman, *Focus. Motivația ascunsă a performanței*, (București: Curtea Veche Publishing, 2014).

Richard Nelson-Jones, *Manual de consiliere. Învăță ce să spui ca să ajuți*, traducere de Clara Ruse, (București: Editura Trei, 2009).

Walter Anderson, *Curs practic de încredere. Șapte pași spre împlinirea personală*, ediția a doua, traducere de Marius Chitoșcă, (București: Curtea Veche, 2013).

Napoleon Hill, *Despre succes. Cele mai bune sfaturi*, ediție revăzută și actualizată de Patricia G. Horan, traducere de Vlad-Octavian Palcu, (București: Curtea Veche, 2013).

Institutul Arbinger, *Liderul și amăgirea sinelui. Depășirea problemei*, traducere de Marius Chitoșcă, (București: Curtea Veche, 2010).

Pauline Wallin, *Cum să-ți îmblânzești rebelul interior. Ghid pentru transformarea comportamentului de autosabotare*, traducere de Smaranda Nistor, (București: Editura Trei, 2011).

Naomi Klein, *No Logo. Tirania mărcilor*, traducere de Alina Scurtu, (București: comunicare.ro, 2006).

Lea Pulkkinen, Avshalom Caspi (eds.), *Paths to Successful Development. Personality in the Life Course* (Cambridge: Cambridge University Press, 2002).

Marian Petcu, "The Church as a Prescripitor of Consumption - An Outline for a Sociology of Luxury", *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, vol. 13, issue 38 (Summer 2014): 172-194.

John Adair, Melanie Allen, *Time Management and Personal Development*, (London: Hawksmere, 1999).

## VII. Modul de evaluare:

Masteranzii pot să își acumuleze punctele după cum urmează:

- Masteranzii vor avea o participare activă pe parcursul întâlnirilor. Pentru activitatea lor pot să acumuleze pînă la **3 puncte**.
- În **5 ianuarie**, Masteranzii vor trimite o recenzie, la o carte de dezvoltare personală sau branding personal, de 3 pagini (Times 12; 1,5). Va fi trimisă prin email la adresa [lucrariexamene@gmail.com](mailto:lucrariexamene@gmail.com) Pot să primească pînă la **2 puncte**.
- Masteranzii care (pe parcursul acestui semestru) participă la traininguri, organizează campanii, desfășoară activități complementare cursului pot să primească pînă la **2 puncte** la nota finală, după depunerea documentelor doveditoare.
- În **prima zi de sesiune**, masteranzii trebuie să predea un material de 4 pagini (Times 12; 1,5) în care să prezinte un proiect de dezvoltare personală pentru următorii 5 ani. Pot să primească pînă la **6 puncte**.

**Criteriile utilizate în evaluare:** capacitatea de analiză și sinteză; capacitatea de a opera corect și adecvat cu conceptele și metodologia cercetării specifică domeniului; asumarea exigențelor cercetării științifice interdisciplinare; utilizarea adecvată a surselor bibliografice.

#### **VIII. Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale:**

- Plagiatul și tentativa de fraudă la examen sau în diferite etape ale evaluării se sancționează cu nota 1 la acest curs și expunerea cazului în fața Comisiei de etică pentru luarea măsurilor administrative corespunzătoare.