

MASTER PUBLICITATE

Dezvoltare personală și branding personal

Journal for the Study of Religions and Ideologies

www.jsri.ro

SCIRI

**Seminarul de cercetare
interdisciplinară a religiilor și
ideologiilor**

**Atelier de Comunicare și
Dezvoltare Personală**

Universitatea Babeș–Bolyai, Cluj–Napoca
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Departamentul de Comunicare, PR și Publicitate
Anul universitar 2017-2018
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: potrivit programului anunțat pentru cursurile modulare

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): sfrunza@yahoo.com

Ore de audiență, tutorial și consiliere: luni ora 14, miercuri ora 14

III. Descrierea disciplinei:

Cursul de *Dezvoltare personală și branding personal* își propune familiarizarea masteranzilor cu dezbaterile privind exigențele dezvoltării personale și cu strategiile 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 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 de branding personal. 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

Filosofia succesului și leadership

Elemente de design ale brandului personal

Respectul, încrederea și creativitatea în 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:

- Cristian Iftode, *Filosofia ca mod de viață. Sursele autenticității*, (Pitești: Paralela 45, 2010).
- 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, *Imperfecți, 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*, Cuvânt 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).

Andy Sekely, *Branding personal*, (București: AS Publishing, 2012).

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 intervențiile lor pot să acumuleze pînă la **3 puncte**.
- Publicarea într-o revistă de specialitate sau în presa culturală a unei recenzii la o carte de dezvoltare personală sau branding personal (**3 puncte**). Recenzia deja publicată se predă în sesiune, în zilele programate pentru examen. Se acceptă doar recenzii publicate în timpul semestrului și depuse în sesiune.
- 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 una dintre cele două date prevăzute în sesiune.

- Studenții care participă activ la activitățile complementare din cadrul SCIRI sau ACDP pot să primească pînă la **2 puncte**
- **În întâlnirea din luna decembrie**, masteranzii pot 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 **3 puncte**.
- Masteranzii pot să își prezinte în întâlnirea din **luna ianuarie** proiectul de dezvoltare personală pentru următorii 5 ani. Pot să primească pînă la **5 puncte**.
- În sesiune, în datele programate pentru examen, masteranzii pot să predea un material de 5 pagini (Times 12; 1,5), cu note și bibliografie, în care să prezinte brandul personal al unui/unei personalități, om de cultură din România Pot să primească pînă la **4 puncte**.
- Masteranzii primesc **1 punct** din oficiu.
- Nota finală poate fi compusă din oricare dintre aceste elemente. Pentru nota finală masteranzii aleg dintre aceste activități și își acumulează puncte în funcție de nota ce doresc să o obțină.
- Activitățile pe parcurs **NU** pot fi recuperate în sesiune. Este obligatoriu să fie desfășurate potrivit programului.
- În sesiunea de restanțe sau pentru măriri de notă regulile de evaluare sînt aceleași ca pentru prima sesiune.

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.

În acest semestru cursul opțional de **Dezvoltare personală și branding personal** din programul de **Publicitate** se va ține modular, cu întâlniri lunare, în sala IV/1, după cum urmează:

Marți 10 octombrie 2017 orele 16-18

Miercuri 11 octombrie orele 16-20

Marți 7 noiembrie orele 16-18

Miercuri 8 noiembrie orele 16-20

Marți 5 decembrie orele 16-18

Miercuri 6 decembrie orele 16-20

Marți 9 ianuarie 2018 orele 16-18

În celelalte săptămîni vor avea loc consultații individuale și îndrumare în activitatea de cercetare pentru care fiecare masterand se va programa individual prin email la adresa sfrunza@yahoo.com