

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3. Departamentul	Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate
1.4. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Publicitate
1.7. Forma de învățământ	zi

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Dezvoltare personala si branding personal			Codul disciplinei	UMR5317			
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină	Prof univ dr. Sandu Frunză							
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator /	-							
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	3	2.6. Tipul de evaluare	E/C/ V	2.7. Regimul disciplinei	Conținut Obligativitate	Felul disciplinei DS Obligatorie/ opțională DO

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	2	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	0
3.4. Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Nu este cazul

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea și utilizarea limbajului de specialitate din științele comunicării; - Definirea principalelor concepte, teorii, paradigme specifice domeniului și utilizarea lor în situații concrete; - Competențe în domeniul consilierii în construcția de imagine și în domeniul consilierii etice; - Dezvoltarea abilităților de analiză a diferitelor tipuri imagini și „branduri personale”; - Dezvoltarea abilității de autoanaliză și autoevaluare; - Competențe în domeniul gestionării și depășirii situațiilor de criză; - Competențe care vizează procesul construcției imaginii de sine și marketizarea imaginii proprii și a celorlalți; - Elaborarea de proiecte de cercetare pe o tema prestabilită și intervenție în domeniul comunicării și al construcției brandului personal; - Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) proprii domeniului comunicării;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Executarea responsabilă și la timp a sarcinilor profesionale; - Abordarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații-problemă complexe, cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al 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.
7.2. Obiectivele specifice	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.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Condiția umană și realizarea personală în diverse tradiții religioase	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Dimensiunile existenței și limitele vieții umane. Ce e de făcut?	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
”Cunoaște-te pe tine însuși” și devenirea personală	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Valori, idealuri și ideologia transformării personale	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Tematizări și practici ale stimei de sine în viața profesională	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Cauzele nefericirii și modalitățile de depășire a ei. Efecte asupra vieții profesionale	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Dorința, Iubirea și Seducția ca instrumente ale dezvoltării personale	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Nevoia de dezvoltare personală o dată cu necesitatea construirii unui brand personal	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Filosofia succesului și leadership	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Elemente de design ale brandului personal	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Respectul, încrederea și creativitatea în brandingul personal	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Respectul, încrederea și creativitatea în brandingul personal	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Modalități și tehnici de depășire a propriilor limite. La ce putem spera?	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Consilierea în dezvoltarea personală	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Consilierea în construcția și dezvoltarea brandului personal	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Discuții pe marginea temelor dezbătute la curs	Prelegere, discuții interactive, multimedia	
Bibliografie:		
Sandu Frunză, Ești o ființă autentică. Despre tine, filosofie, comunicare, dezvoltare personală și leadership, (București: Eikon, 2018)		

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, *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. Învăț 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 îmblînzești 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 Prescriptor 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).

8.2. Seminar	Metode de predare-învățare	Observații

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Elaborarea conținutului disciplinei Dezvoltare personală și branding personal a fost realizată ținând cont de cele mai recente evoluții din aria relațiilor publice, cu scopul alinierii competențelor cursului la cerințele pieței. De asemenea, s-a ținut cont și de structura și conținutul disciplinelor similare oferite universității prestigioase din străinătate. Pe lângă asigurarea unui cadru teoretic general, disciplina Dezvoltare personală și branding personal urmărește să dezvolte capacitatea de a aplica această bază teoretică atât în activitățile de cercetare, cât și în situații practice, care presupun autocunoașterea, autoanaliza, depășirea situațiilor de criză, construcția imaginii de sine și marketizarea imaginii proprii și a celorlalți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. curs	<ul style="list-style-type: none"> - cunoștințele acumulate; - capacitatea de înțelegere a conceptelor și teoriilor relevante din domeniu; - modul în care este utilizată terminologia specifică; - maniera de aplicare a cunoștințelor teoretice în situații concrete; - maniera de aplicare a cunoștințelor teoretice în situații concrete; - modul de argumentare; - modul în care este utilizată terminologia specifică; 	<p>Proiect</p> <p>Analiza unui exemplu de brand personal</p> <p>Participarea activă la activitățile din cadrul întâlnirilor</p>	<p>50%</p> <p>30%</p> <p>20%</p>
<p>10.6. Standard minim de performanță</p> <p>La finalul semestrului studenții trebuie să facă dovada faptului că au dobândit cunoștințele teoretice, predate, că au înțeles mecanismele și instrumentele care acționează în aria construirii de imagine și că sunt capabili să aplice în situații concrete cunoștințele și deprinderile dobândite.</p> <p>Pentru a obține nota minimă, studenții trebuie să elaboreze un plan de dezvoltare personală care să facă dovada unei foarte bune înțelegeri materiei predate.</p>			

Coordonator de disciplină, nume prenume și semnătură

Prof. univ. dr. Sandu Frunză



Data
mai 2018

Prof. univ. dr. Ioan Hosu, directorul DCRPP,

.....