

**FIȘA DISCIPLINEI**  
Personal branding

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior: UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
1.2 Facultatea : FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, ADMINISTRATIVE ȘI ALE COMUNICĂRII
1.3 Departamentul: DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE, RELATII PUBLICE SI PUBLICITATE
1.4 Domeniul de studii: ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii: LICENȚĂ
1.6 Programul de studii: COMUNICARE SI RELATII PUBLICE
1.7. Forma de invatamant: ZI

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei - Personal branding (ULR4436)							
2.2 Titularul activităților de curs – Lector dr. Veronica Ioana ILIEȘ							
2.3 Titularul activităților de seminar/stagii/lp- Lector dr. Veronica Ioana ILIEȘ							
2.4 Anul de studii	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	DS

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator (lp) /stagii	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator (lp) /stagii	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminar / laboatoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutorial					10
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore de studiu individual	30				
3.9 Total ore pe semestru	56				
3.10 Numărul de credite	5				

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	Înscrierea la cursul de Personal branding este condiționată de parcurgerea cursurilor de Baze PR (an II sem I), Tehnici și instrumente de PR și Publicitate (an II, sem II), Comunicare interpersonală (an I sem II) și comunicare verbală și nonverbală (anul I sem I). Se recomandă consultarea și reactualizarea cunoștințelor prezentate la cursurile menționate anterior
4.2 de competențe	Capacitatea de analiză și sinteză, muncă individuală constantă, realizarea și implementarea unui profil personal de dezvoltare

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Înscrierea unui număr minim de 25 de studenți
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	Participarea activă în cadrul orelor de seminar și realizarea și prezentarea proiectelor de seminar individuale sau de echipă propuse de către cadrul didactic

### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Identificarea și utilizarea limbajului și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării, a relațiilor publice și a brandingului</p> <p>Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), inclusiv a new media</p> <p>Realizarea și promovarea unui profil personal de imagine presupun sarcini de complexitate medie</p>
Competențe transversale	<p>Abilități de lucru în echipă dar și individuala Abilități de comunicare orală și scrisă</p> <p>Respectarea și dezvoltarea valorilor și eticii profesionale</p> <p>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</p> <p>Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională</p> <p>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Realizarea unui profil personal de imagine în urma aplicării tehnicilor de construire a unui brand personal studiate la curs
7.2 Obiectivele Specifice	Cursul de personal branding își propune să familiarizeze studentul cu strategiile de creare și consolidare a imaginii personale. Abordarea practică a cursului, de tip laborator (de imagine personală) va permite studentului să acumuleze informații utile propriei persoane. Abordarea va fi axată pe fiecare student în parte ce va participa activ la orele de curs prin realizarea tuturor exercițiilor practice ce pregătesc strategia de branding personal a fiecăruia. Pe parcursul orelor de curs, studentul va învăța să se autocunoască, autoanalizeze și mai ales să-și construiască singur o imagine personală utilă în viitoarea activitate profesională. Ne propune astfel, prin tehnicile de lucru abordate, să venim în întâmpinarea dificultăților de autocunoaștere și promovare a tânărului student. Așadar, cursul își propune să fie un laborator de realizare a brandului personal pentru fiecare student.

### 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
----------	-------------------	------------

1. Noțiuni fundamentale de branding	Prezentare orala + multimedia	2 ore
2. Scurtă istorie a conceptului și procesului de personal branding	Prezentare orala + multimedia	2 ore
3. Cunoașterea de sine și imaginea de sine/imagine personală	Prezentare orala + multimedia	2 ore
4. Dezvoltare și optimizare personală continuă și personal branding	Prezentare orala + multimedia	2 ore
5. Rolul și importanța personal branding în viața cotidiană (1)	Prezentare orala + multimedia	2 ore
6. Rolul și importanța personal branding în viața cotidiană (2)	Prezentare orala + multimedia	2 ore
7. Metode și tehnici de evidențiere a calităților personale și de promovare a personal branding	Prezentare orala + multimedia	2 ore
8. Managementul brandului personal (1)	Prezentare orala + multimedia	2 ore
9. Managementul brandului personal (2)	Prezentare orala + multimedia	2 ore
10. Componente și reguli de bază ale personal branding (1)	Prezentare orala + multimedia	2 ore
11. Componente și reguli de bază ale personal branding (2)	Prezentare orala + multimedia	2 ore
12. Avantaje și dezavantaje ale construirii unui brand personal	Prezentare orala + multimedia	2 ore
13. Personal branding în diferite domenii de activitate	Prezentare orala + multimedia	2 ore
14. Rebranding personal	Prezentare orala + multimedia	2 ore

## Bibliografie

Aaker, David (2005) Managementul capitalului unui brand, Brandbuilders marketing & advertising books, București, Editura Curier Marketing.

Buttinger-Fischer Claudia, Vallaster Christine (2011) Noul Branding, cum să construiești capitalul unei mărci, Iași, Ed. Polirom.

Bosrock Murray Mary (2009) Maniere și obiceiuri europene de business, București, Meteor Business

Deckers Erik, Lacy Kyle, (2013) Branding yourself. How to use social media to invent or reinvent yourself, Pearson Education Inc

Lair Daniel J., Sullivan Katie , Cheney George (2005)Marketization and the Recasting of the Professional SelfThe Rhetoric and Ethics of Personal Branding, în Management Communication Quarterly, Sage.  
McDowell (1986) Building Your Self-Image, Tyndale House Publishers

Mitchell Mary, Corr John (2009) Ghidul manierelor elegante în afaceri, București, Paralela 45

Montoya Peter, Vandehey Tim (2002) The Personal Branding Phenomenon, Personal Branding Press Publishing

Montoya Peter, Vandehey Tim (2009) The Brand called you, McGorw-Hill Companies.

Olins Wally (2006) Despre brand, București, Comunicare.ro

Rampersad Hubert K. (2009), Authentic Personal Branding, a new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand, Information Age Publishing Inc.

Ries, Al, Trout, Jack (2004) Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta, Brandbuilders marketing & advertising books, București, Editura Curier Marketing.

Ries Al, Ries Laura (2003) Cele 22 de legi imuabile ale brandingului, Brandbuilders marketing & advertising books, București, Editura Curier Marketing.

Vartan Nicolae Valentin (1999), Imaginea de sine, Iași, Polirom

8.2 Seminar / Laborator/Lucrări practice/Stagii

Metode de predare

Observații

<p>1. Prezentarea diferitelor tipuri de strategii de construire a imaginii personale și identificarea lor prin studiul diferitelor persoane publice din România</p>	<p>C1. Construirea brandului personal în baza unor strategii cu pași prestabiliți care să cuprindă atât elemente virtuale (online) cât și palpabile</p> <p>1.1. prezentarea pașilor diferitelor tipuri de strategii de personal branding</p> <p>1.2. alegerea subiecților de analiză</p> <p>1.3. analiza, prezentarea și dezbaterea brandurilor personale ale subiecților aleși</p>	<p>2 ore</p>
<p>2. Prezentarea efectelor cunoașterii bunelor maniere în afaceri asupra brandului personal</p>	<p>C2. Exemplificarea elementelor de bune maniere în afaceri</p> <p>2.1. bunele maniere în afaceri în România</p> <p>2.2. bunele maniere în afaceri în Europa</p> <p>2.3. bunele maniere în afaceri în Asia</p> <p>2.4. bunele maniere în afaceri în America</p> <p>2.5. stabilirea unui echilibru între brandul personal și bunele maniere în afaceri în funcție de țara în care activăm</p>	<p>2 ore</p>

<p>3. Interviul de angajare și brandul personal</p>	<p>C3. Influența pozitivă a cunoașterii elementelor de personal branding în momentul prezentării la un interviu de angajare</p> <p>3.1. cerințele și rigurozitatea unui interviu de angajare</p> <p>3.2. eficiența brandului personal în cadrul interviului pentru angajare</p> <p>3.3. exersarea prezentării în fața unui angajator a tuturor membrilor prezenți la curs</p>	<p>2 ore</p>
<p>4. Alcătuirea și prezentarea brandului personal (laborator de personal branding)</p>	<p>C4. Alcătuirea unui brand personal în baza cunoștințelor acumulate și prezentarea lui</p> <p>4.1. fiecare membru prezent la curs își va construi brandul personal</p> <p>4.2. construirea brandului personal începe prin participarea la curs și seminar și este sprijinit și observat de către profesorul de la curs și seminar</p> <p>4.3. odată alcătuit brandul personal acesta se prezintă public.</p>	<p>8 ore</p>

<p>1. Prezentarea diferitelor tipuri de strategii de construire a imaginii personale și identificarea lor prin studiul diferitelor persoane publice din România</p>	<p>C1. Construirea brandului personal în baza unor strategii cu pași prestabiliți care să cuprindă atât elemente virtuale (online) cât și palpabile</p> <p>1.4. prezentarea pașilor diferitelor tipuri de strategii de personal branding</p> <p>1.5. alegerea subiecților de analiză</p> <p>1.6. analiza, prezentarea și dezbaterea brandurilor personale ale subiecților aleși</p>	<p>2 ore</p>
<p>2. Prezentarea efectelor cunoașterii bunelor maniere în afaceri asupra brandului personal</p>	<p>C2. Exemplificarea elementelor de bune maniere în afaceri</p> <p>2.1. bunele maniere în afaceri în România</p> <p>2.2. bunele maniere în afaceri în Europa</p> <p>2.3. bunele maniere în afaceri în Asia</p> <p>2.4. bunele maniere în afaceri în America</p> <p>2.5. stabilirea unui echilibru între brandul personal și bunele maniere în afaceri în funcție de țara în care activăm</p>	<p>2 ore</p>

3. Interviul de angajare și brandul personal	C3. Influența pozitivă a cunoașterii elementelor de personal branding în momentul prezentării la un interviu de angajare 3.1. cerințele și rigurozitatea unui interviu de angajare 3.2. eficiența brandului personal în cadrul interviului pentru angajare 3.3. exersarea prezentării în fața unui angajator a tuturor membrilor prezenți la curs	2 ore
4. Alcătuirea și prezentarea brandului personal (laborator de personal branding)	C4. Alcătuirea unui brand personal în baza cunoștințelor acumulate și prezentarea lui 4.1. fiecare membru prezent la curs își va construi brandul personal 4.2. construirea brandului personal începe prin participarea la curs și seminar și este sprijinit și observat de către profesorul de la curs și seminar 4.3. odată alcătuit brandul personal acesta se prezintă public.	8 ore

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

Un absolvent de comunicare și relații publice trebuie să dobândească capacitatea de cunoaștere de sine și construirea unei imagini pozitive despre sine pentru a putea mai apoi să gestioneze imaginea publică a unor companii sau persoane și pentru a putea construi campanii de relații publice.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------



10.4 Curs	Colocviu	Prezentare proiect individual	80%
10.5 Seminar / laborator/lp/stagii	Participare activa la seminar	aplicarea tehnicilor de laborator predate	20%
			100%
10.6 Standard minim de performanță			
Parcurgerea celor două forme de evaluare expuse la punctual 10.4 si 10.5			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de sem

Septembrie 2019




Data avizării în Departament

Semnătura directorului de departament

Septembrie 2019

Prof univ dr Ioan Hosu

