

Universitatea Babeș–Bolyai, Cluj–Napoca
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Departamentul de Comunicare, PR și Publicitate
Anul universitar 2024-2025
Semestrul I

CURS MASTER

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

Titlul disciplinei: *Dezvoltare personală și branding personal*

Structura cursului: 2 ore curs și 2 ore seminar

Locul de desfășurare: online și în sală, sala IV/5

Programarea în orar a activităților: **Miercuri 16-18-20**

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

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

Informații de contact: sandu.frunza@ubbcluj.ro

Ore de audiență, tutorial și consiliere: Miercuri ora 20, online potrivit programării prealabile

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 consiliere etică, dezvoltare personală și branding personal.

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, în dobândirea de competențe în dezvoltarea personală și în consilierea etică în era digitală. Un obiectiv important îl constituie formarea de deprinderi teoretice și de abilități de aplicare a cunoștințelor din câmpul dezvoltării personale. 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. În era digitală Cursul dă masteranzilor posibilitatea de a dobândi un cadru teoretic general pe care îl pot aplica 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 noi de comunicare și predare. În cadrul seminarului 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 dezbaterile pe probleme specifice fiecărei teme și în analiza materialelor aduse în discuție.

Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei:

Videoproiector, Platforma puse la dispoziție de Facultate

IV. Tematică:

Dezvoltarea personală și brandul personal din perspectiva transformării personale. Dezvoltarea personală de la brandul comercial la brandul personal și la construcția brandului personalităților publice.

Consilierea de dezvoltare personală. Standardul profesional

A influența cu integritate. Codul etic personal, dezvoltarea personală și construcția de brand personal

Strategii ale construcției identității de brand și experiența brandului

Storytelling, leadership și inovare în construcția propriului brand personal

Noile tehnologii ale comunicării, marketizarea dezvoltării personale, comunicarea brandului personal și provocările la adresa vieții private

Algoritmi, comunicare și viață personală în perspectiva GDPR

Brandul personal și rețelele sociale în era digitală

Reprezentări și experiențe împărtășite în spațiul construcției mediatice

Tehnologiile sinelui, construcția autenticității și transformarea digitală. Seducția autenticității și asumarea unei filosofii de viață în era digitală

Respectul ca fundament al valorilor și idealurilor specifice devenirii personale. Respectul, încrederea și creativitatea în brandingul personal. Promovarea brandurilor și eliminarea tuturor formelor de discriminare

Dimensiunile existenței și limitele vieții umane. Ce e de făcut din perspectiva unei etici minimale? Ce presupune criza morală și restaurarea omului postmodern în epoca digitală?

”Cunoaște-te pe tine însuși” – o lectură din perspectiva eticii responsabilității sociale și a managementului etic. Relevanța cunoașterii personale în vederea construirii unui brand personal

Filosofia succesului și leadership-ul informal. Leadership și responsabilitate organizațională. Seturi de reguli și studii de caz

Deschiderea spre schimbare. Tehnici și strategii pentru atingerea excelenței

Dorința, Iubirea și Seducția ca instrumente ale dezvoltării personale și brandului personal. Influența exercitată de noile mijloace media

Consilierea în dezvoltarea personală: Aspecte practice și studii de caz

Atelier de Comunicare și Dezvoltare Personală: o dată pe lună în cadrul seminarului se va desfășura un atelier de dezvoltare personală online la care, alături de masteranzi, pot să participe și alte categorii de public.

V. Bibliografie:

John C. Maxwell, *Începe să gândești*, Traducere de Iris Manuela Anghel-Gîțlan, (București: Amaltea, 2005).

Stephen R. Covey, *Cele 7 deprinderi ale persoanelor eficiente. Lecții importante pentru schimbarea personală*, Traducere de Gina Argintescu-Amza, (București: Editura ALLFA, 2015).

Brene Brown, *Curajul de a fi vulnerabil. Schimbă modul în care trăiești, iubești, educi și conduci*, Traducere de Liviu Dascălu și Cristina Rusu, (București: Curtea Veche, 2016).

Zig Ziglar, *Pe culmile succesului*, Traducere de Iris Manuela Anghel-Gîțlan, (București: Amaltea, 2005).

Wally Olins, *Manual de branding*, Traducere de Ovidiu Miron, (București: Editura Vellant, 2009).

Hans Jonas, *Mortality and Morality. A Search for the Good after Auschwitz*, Edited by Lawrence Vogel, (Evanston: Northwestern University Press, 1996).

Lynne Brennan, *Eticheta în afaceri pentru secolul XXI*, Traducere Ruxandra Apetrei, (București: Curtea Veche, 2011).

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

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.

Aurel Codoban, *Amurgul iubirii. De la iubirea pasiune la comunicarea corporală*, (Cluj: Idea Design & Print, 2004).

Bertrand Russell, *În căutarea fericirii*, traducere de S. G. Drăgan, (București: Humanitas, 2013).

Christophe Andre, *Imperfecți, liberi și fericiți. Practici ale stimei de sine*, traducere de Nicolae Baltă, (București: Editura Trei, 2009).

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

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

Emmy van Deurzen, Martin Adams, *Psihoterapie și consiliere existențială*, traducere de Brândușa Popa, (București: Herald, 2011).

Erik Deckers, Kyle Lacy, *Branding Yourself. How to Use Social Media to Invent or Reinvent Yourself*, (Indianapolis, Indiana: Que, 2010).

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

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.

Irving Rein, Philip Kotler, Michael Hamlin, and Martin Stoller, *High Visibility. Transforming Your Personal and Professional Brand*, third edition, (New York: McGraw-Hill, 2006).

Iulian Comănescu, *Cum să devii un Nimeni. Mecanisme notorii, branduri personale și piața media din România*, Cuvînt înainte de Dragoș Grigoriu, (București: Humanitas, 2009).

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

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

Jules Evans, *Filosofie pentru viață și alte situații periculoase*, traducere de Dan Crăciun, (București: Publica, 2013).

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

Lou Marinoff, *Înghite Platon nu Prozac*, traducere, note și studiu introductiv de Florin Lobonț, (București: Editura Trei, 2010).

Lou Marinoff, *Întrebări fundamentale. Filosofia îți poate schimba viața*, traducere de Oana Zamfirache, (București: Editura Trei, 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

Marian Petcu, "The Church as a Prescriber 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.

Michel Foucault, *Hermeneutica subiectului. Cursuri la College de France (1981-1982)*, traducere de Bogdan Ghiu, (Iași: Polirom, 2004).

Michel Lacroix, *Să ai un ideal*, traducere de Ileana Cantuniari, (București: Editura Trei, 2009).

Miriam Salpeter, *Social networking for career success: using online tools to create a personal brand*, (New York, NY: Learning Express, 2011).

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

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).

Nathaniel Branden, *Honoring the Self: Self-Esteem and Personal Transformation*, (New York: Bantam Books, 1985).

Nicoleta Corbu, *Brandurile globale. O cercetare cross-culturală*, (București: Tritonic, 2009).

Pascal Bruckner, *Paradoxul iubirii*, traducere de Irina Mavrodin, (București: Editura Trei, 2011).

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

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

Roberto Álvarez del Blanco, *Personal Brands. Manage your life with talent and turn it into a unique experience*, (New York; Palgrave Mcmillan, 2010).

Thom Braun, *The Philosophy of Branding. Great Philosophers Think Brands*, (London: Kogan Page, 2004).

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

Sandu Frunză, *Ești o ființă autentică. Despre tine, filosofie, comunicare, dezvoltare personală și leadership*, (București: Eikon, 2018).

Sandu Frunză, *Comunicare și consiliere filosofică*, (București: Eikon, 2019).

VI. Modul de evaluare:

Masteranzii pot să își acumuleze punctele după cum urmează:

- A) În sesiune, în datele programate pentru examen, masteranzii vor preda un text de 5 pagini (Times 12; 1,5), plus note și bibliografie, cel puțin 5 surse bibliografice, în care să prezinte un proiect de dezvoltare personală pentru următorii 5 ani. Pot să primească până la **7 puncte**. Lucrarea se urcă pe platforma moodle în sesiune, în datele indicate prin programarea examenelor
- B) Participarea activă la dezbaterile din cadrul cursului și seminarului va fi recompensată suplimentar cu până la **2 puncte**
- C) Masteranzii primesc **1 punct** din oficiu.
- D) Se pot obține puncte pentru activități suplimentare astfel:
 - 1. Masteranzii care participă activ la activitățile complementare online din cadrul SCIRI și ACDP pot să primească **1 punct** în plus la nota finală
 - 2. Masteranzii care au publicații pe teme de dezvoltare personală sau branding personal, publicate în reviste academice sau în reviste de cultură pot să primească până la **2 puncte** la nota finală. Dovada acestora se face în sesiune prin predarea materialului publicat deja, în zilele indicate prin programarea examenelor. Textul deja publicat se urcă pe platforma moodle
- E) Activitățile pe parcurs **NU** pot fi recuperate în sesiune. Este obligatoriu să fie desfășurate potrivit programului.
- F) În sesiunea de restanțe sau pentru mărimi 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; capacitatea de a construi un plan de dezvoltare personală; asumarea exigențelor cercetării științifice interdisciplinare; utilizarea adecvată a surselor bibliografice.

VII. Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale:

Plagiatul și tentativa de fraudă la examen sau la diversele evaluări pe parcurs se sancționează cu nota 1 la acest curs și expunerea cazului în Comisia de etică pentru luarea măsurilor administrative corespunzătoare.

Plagiatul și alte forme de fraudă academică se sancționează conform Codului de etică și deontologie profesională al UBB și *Codului Etic al studenților FSPAC* accesibil la adresa https://fspac.ubbcluj.ro/application/files/9715/6828/0474/Cod_etica_students.pdf

Journal for the Study of Religions and Ideologies

www.jsri.ro

SCIRI

Seminarul de cercetare interdisciplinară a religiilor și ideologiilor

<https://sciri.wordpress.com/>

Atelier de Comunicare și Dezvoltare Personală

<https://atelierdecomunicaresidezvoltarepersonala.wordpress.com/blog/>

Blog Sandu Frunză:

<https://frunzasandu.wordpress.com>

Pagina personală:

<https://sandufrunza.ro>

Consiliere filosofică cu Sandu Frunză

<https://www.facebook.com/Filosofpractician/>