



DIALOG

studentesc brâncovenesc

Pitești, Calea Bascovului nr. 2A,
tel.: +40 248 21 26 27

Râmnicu Vâlcea, Str. Nicolae
Balcescu nr. 39,
tel.: +40 250 73 91 22

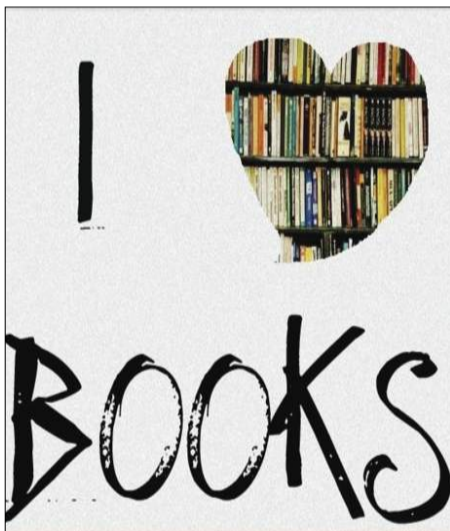
Braila, Str. Rubinelor nr. 16 - 18,
tel.: +40 239 61 33 08



**Mituri celebre
din psihologia populară**

**Secretele persuasiunii:
Instrumentele psihologice
de influențare**

Pagina 2



Să iubim cărțile!

Pagina 3



**Parteneriat
Universitatea
Constantin
Brâncoveanu cu IMEA**

Pagina 4

Femeia și Cariera

Trăim în vârtoarea unor vremuri a căror direcție, deseori, ne pune intuiția în dificultate. Însă acest avânt evidențiază forța femeii care și-a depășit trecutul, în mai toate mediile socio-culturale. Pare bulversant, dar poate tocmai această competiție ne determină să credem în noi, femeile! Deținem capacități de prevenire, susținere, suport și securizare, care ne recomandă în orice domeniu, fie el familial sau profesional. Perseverența și abnegația sunt trăsături care ne-au înlesnit cariera.

În cadrul mesei rotunde "Femeia și cariera", au fost prezentate poveștile de succes ale invitatelor: Aurora Gherghina – subprefect Instituția Prefectului Vâlcea, Cristina Cora Pîrvu – director executiv AJPIS, Adina Dobrete – inspector Management ISJ Vâlcea, Adina Meiroșu – director de marketing CHEMPRO CHEMICALS, Valeria Rusu – consilier psihopedagog, Andrei Simona consilier educativ profesor -Colegiul Național de Informatică Matei Basarab.

Puțem remarca, din poveștile invitatelor, că viața profesională depinde de noi mai mult decât de alți factori externi. Astfel, avem femeia care își asumă rolul profesional, pe cel relațional și pe cel casnic, încercând să ofere, în fiecare dintre planuri, cât mai mult și cât mai bine. În societatea modernă, asumarea tuturor rolurilor nu mai este un caz de excepție, ci unul frecvent întâlnit. Totodată, a fost evidențiat faptul că responsabilitățile prea multe duc și la



**Adina Meiroșu –
director de
marketing
CHEMPRO
CHEMICALS**

**Andrei Simona consilier
educativ profesor -Colegiul
Național de Informatică
Matei Basarab.**

anumite eșecuri. Atunci când oferim prea mult unuia dintre sectoare, ajungem să neglijăm altele, și vor apărea frustrările și epuizarea.

Evenimentul s-a bucurat de succes în rândul invitatelor și al studenților participante.



**Valeria Rusu –
consilier
psihopedagog**

**Adina Dobrete –
inspector Management
ISJ Vâlcea**

**Aurora Gherghina –
Subprefect Instituția
Prefectului Rm Valcea**

**Cristina Cora Pîrvu –
director executiv AJPIS**

Adevărul despre 6 mituri celebre din psihologia populară

continuare

Mitul nr. 3 - Opusurile se atrag



Ideea că „opusurile se atrag” vă este, cu siguranță, familiară, căci este foarte răspândită în peisajul nostru cultural contemporan. Filme, romane și seriale de televiziune abundă în povești în care personaje cu personalități diametral opuse se îndrăgostesc pasional.

Din nefericire, dovezile obținute de cercetători sugerează că nu se întâmplă așa. În ceea ce privește relațiile interpersonale, opusurile nu se atrag. Din contră, tendința este ca persoanele similare să se atragă reciproc.

Zeci de studii arată că oamenii tind să fie atrași de cei cu trăsături de personalitate similare, mai degrabă decât de cei cu trăsături diferite de personalitate. Totodată, cercetătorii au descoperit că similaritatea trăsăturilor de personalitate nu este doar un bun predictor al atracției inițiale, ci și al stabilității maritale și al nivelului de fericire. Așadar, dacă sunteți o persoană dezordonată și dezorganizată, probabil ar fi ideal să vă găsiți ca partener o persoană care nu este obsedată de curățenie.

Mitul 4 - „Detectorul de minciuni” funcționează

Poligraful, un instrument foarte folosit în serialele și filmele polițiste de peste ocean, este considerat de mulți a fi un instrument imbatabil, care detectează minciunile cu o rată de acuratețe de 99%. Din nefericire, această afirmație este neadevărată: știința arată că nici omul, nici instrumentele nu pot detecta cu acuratețe când minte o persoană.

Ideea fundamentală a „detectorului de minciuni” este aceea că minciuna este dezvăluită de anumite semne fiziologice ale corpului uman. Din acest motiv, poligraful măsoară anumiți indicatori, precum conductanța pielii, tensiunea arterială și respirația, pentru a detecta momentele în care acestea ies dintr-o gamă de valori normală. În acel moment, operatorul aparatului consideră că persoana testată a spus o minciună.

Testele științifice arată că această idee este greșită. Reacțiile fiziologice ale oamenilor nu sunt universale, astfel că un om sincer, dar care transpiră mult în situații de stres, ar putea fi considerat un mincinos, pe când un psihopat care se poate confrunta cu orice stres fără a fi tulburat ar părea cel mai sincer om din lume.

În plus, cercetătorii au arătat că oamenii pot fi antrenați să înșele poligraful prin controlarea reacțiilor fiziologice. Cel mai amplu studiu realizat până acum sugerează că poligraful are o rată de succes de 85% în cazul indivizilor vinovați și de doar 60% în cazul celor nevinovați, motiv pentru care cercetătorii recomandă evitarea folosirii acestui aparat.



Care sunt secretele persuasiunii? Instrumente psihologice de influențare

Cum putem să îi determinăm pe alții să acționeze cum ne dorim noi? Cum ne putem proteja de încercările altora de a ne influența? Oamenii au dorit să afle răspunsurile la aceste întrebări încă din cele mai vechi timpuri, însă procesul influențării a început să fie documentat științific abia în secolul trecut, cu ocazia programelor de propagandă din perioada celui de-al Doilea Război Mondial. De atunci, numeroși oameni de știință au investigat metodele prin care o persoană poate influența atitudinile și acțiunile altui om. Ce au descoperit cercetătorii? Că un rol important în identificarea secretelor persuasiunii îl joacă înțelegerea mecanismelor mentale folosite de fiecare dintre noi.

Oamenii din ziua de azi sunt bombardati zilnic cu un volum uriaș de informații, care a crescut considerabil în ultimii ani. Pentru că procesarea acestuia este o sarcină imposibilă, oamenii apelează la anumite scurtături cognitive care le permit să decidă cum să interpreteze un mesaj și dacă să aplice acțiunile recomandate de acesta.

Cunoașterea faptului că oamenii apelează la scurtături mentale oferă o oportunitate prețioasă celor ce doresc să descifreze secretele persuasiunii. Astfel, cei care vor identifica și descifra aceste scurtături mentale au șanse mai mari de a îmbunătăți eficacitatea mesajelor lor, devenind mai convingători și obținând mai des ceea ce își doresc.

Una dintre cele mai importante cărți pe această temă este „Influence: The Psychology of Persuasion”, publicată în 1984 și actualizată în 2001 de profesorul de psihologie Robert Cialdini, ce a fost tradusă în 26 de limbi și vândută în milioane de exemplare de-a lungul ultimelor trei decenii. Cialdini a identificat în această carte

„șase principii ale influenței”, definind șase metode esențiale folosite de specialiștii din diferite domenii pentru a obține rezultatele dorite. Pentru a identifica aceste principii, profesorul Cialdini a pătruns în lumea „specialiștilor conformității”, așa cum îi numește pe experții în influențarea altora, cum ar fi agenții de vânzări, misionarii, agenții de recrutare și alți specialiști din lumea publicității și a marketingului.

Cialdini a petrecut trei ani învățând și muncind ca distribuitor de automobile, membru al unor organizații de strângere de fonduri sau operator de telemarketing, pentru a vedea pe viu cum sunt convinși oamenii. De asemenea, Cialdini a validat „principiile influenței” cu ajutorul studiilor experimentale, motiv pentru care cartea sa reprezintă o lucrare de căpătâi în domeniul persuasiunii.

Pe scurt, suntem predispuși să urmăm sugestia unei persoane dacă aceasta ni se pare un expert credibil (principiul autorității), dacă o considerăm un prieten de încredere (principiul simpatiei), avem senzația că îi datorăm ceva (principiul reciprocității) și dacă urmând-o suntem consecvenți cu credințele sau promisiunile noastre anterioare (principiul consecvenței). De asemenea, suntem tentați să facem alegeri despre care credem că sunt populare (principiul consensului) și că ne vor aduce o resursă prețioasă (principiul rarității). De ce urmează oamenii aceste reguli? Deoarece, în mod normal, ele ne conduc spre alegerea corectă.

Totuși, pentru că le urmăm adeseori automat, fără a ne gândi, aceste reguli sunt exploatare de specialiști în arta persuasiunii pentru a ne determina să facem lucruri pe care altfel nu le-ar putea obține de la noi.

Continuarea în numărul următor

Să iubim cărțile!



Acest început de primăvară, aducător de lumină și culoare, ne invită la mai multă reflecție, la dorința de reînnoire și regenerare, ținând seama, în același timp, de diferența dintre perenitate și efemeritate, care nu înseamnă altceva decât deprinderea artei esenței. Aerul din jurul nostru ne impune parcă, mai mult decât niciodată, să ne debarasăm de idealurile mici, facile, tranzacționale și să ne concentrăm asupra lucrurilor cu adevărat durabile care, prin autenticitatea lor, sfidează și înfruntă timpul, opunând rezistență oricărei spectaculozități înșelătoare.

Venind vorba despre lucrurile permanente, se pare că piesa de consistență a acestora nu este altceva decât cultura, care, sedimentându-se de-a lungul vremii, a făcut posibilă însăși existența civilizației umane. Făcând referire la cultură, sensul etimologic al acesteia își are originea în latinescul „cultus” care, la romani, însemna cultivarea pământului și manifestarea credinței în divinitate. Până la urmă, în orice zonă de pe glob, cultivarea pământului în grup, apărarea în comun, legile comune, conlucrarea între oameni, au reprezentat rudimentele culturii popoarelor care, prin minunata sinteză dintre permanență și progres, s-au transformat în civilizație.

În zilele noastre, cultura a căpătat o multitudine de sensuri, printre care cea agricolă, biologică, bacteriologică, ajungând în final să culmineze cu accepțiunea unanim recunoscută ce face referire la rafinament și instruire, învățatură și gust sau până la ceea ce toată lumea înțelege prin a fi om de cultură. Această ultimă accepțiune a căpătat conotația de realizare personală prin cunoaștere, educație și gust.

Mergând pe firul interesului antropologic al cuvântului, acesta indică o multitudine de elemente pe care un popor le cultivă în comun, iar complexitatea sa este dată de trei sensuri: dezvoltare individuală, de grup sau la nivelul întregii societăți. Toate acestea, la rândul lor, trebuie privite în relație de complementaritate, deoarece cultura unei persoane nu va supraviețui mult timp dacă este ruptă de cultura unui grup sau a unei clase sociale. Pe de altă parte, nici cultura înaltă a unei elite nu poate dura când cultura populară este înjosită sau pusă în conflict cu formele personale sau de clasă ale culturii, deoarece apare falia de segregare între nivelurile diferite ale societății. În acest context, dincolo de cei care pot fi considerați oameni de cultură, respectiv dincolo de cultura înaltă a unei categorii sociale, se află cultura populară, care, la rândul ei, își are originea în conceptele și cutumele unei aristocrații culturale.

Dacă însă, la un moment dat, cultura de masă, democrată, se

alienează de cultura categoriilor educate, masa educată va decădea în scurtă vreme, explicația fiind dată de faptul că, până la urmă, și ea depinde de cultura elitelor, care nici ele, la rândul lor, nu vor supraviețui dacă se vor distanța de cultura maselor. În zilele noastre se impune, mai mult decât oricând, crearea unei interdependențe între cultura elitelor și cea de masă, între culturile naționale, regionale și cea internațională.

Raportându-ne la realitatea din învățământul contemporan, se pare că din păcate, pragmatismul exclusivist al educației pentru viață a creat o dihotomie între pregătirea profesională strict utilitaristă și educația normativă care nu trebuie să neglijeze cultura generală ca principală piesă de consistență a unui om complet. Prin urmare, cultura nu trebuie redusă doar la o simplă etichetă, deoarece ea constituie fibra unei societăți sănătoase prin faptul că se menține vie, influențând inclusiv modul în care se plămădesc și se consolidează toate lucrurile cu adevărat importante pe care le întâlnim în viața.

Mircea Cărtărescu a debutat cu volume de versuri care îl așază în primele rânduri ale generației optzeciste. După „Levantul”, o epopee în care personajul principal este poezia românească de la începuturi până în zilele noastre, s-a dedicat aproape exclusiv prozei. Povestirilor din „Nostalgia” le-a urmat un prim roman „Travesti” și apoi trilogia „Orbitor”, privită de critică drept un reper al prozei românești contemporane.

La o mărturisire de credință despre rolul lecturii în viața sa, a ținut să afirme: „În lumea lecturii nu mai citești cărți, ci trăiești sub enorma lor boltă, construită din cărți, dar depășindu-le, așa cum o catedrală e mai mult decât pietrele din care e făcută. Depășind cititul prin lectură, se poate spune că faci pasul de la zidar la arhitect.”

De asemenea, a ținut să adauge că scriitori precum Dostoievski, Rabelais, Swift, Joyce, Kafka, precum și toți ceilalți care au fost și vor mai fi sunt „numărate personaje ale unei fresce alegorice întinse pe toți pereții interiori ai edificiului lecturii(...)”.

**Book lovers never
go to bed alone.**

Conf. univ. dr. Mihaela Duțu,
F.M.M.A.E. Rm.Vâlcea



Parteneriat

Universitatea Constantin Brâncoveanu cu Institutul de Management European al Afacerilor



Din seria articolelor despre partenerii internaționali ai Universității Constantin Brâncoveanu vă prezentăm astăzi, IMEA - Institutul de Management European al Afacerilor.

IMEA reprezintă Școala de Business fondată de Camera de Comerț și Industrie a Regiunii Doubs – Franche Comte din estul Franței.

IMEA formează anual mai mult de 300 de studenți de elită, viitori specialiști de top în diferite domenii dar, mai cu seamă, pentru profesii comerciale cum ar fi vânzări, marketing, export și studii de secretariat de direcție.

Institutul este situat în orașele Besancon și Montbeliard, ambele orașe cu tradiție universitară.

Formațiile de studii universitare din cadrul institutului sunt următoarele:

1. EGC (Ecole de Gestion et de Commerce) Franche-Comté - Besancon: afaceri internaționale

2. Master în Științe – Dezvoltator de afaceri internaționale
3. GUC – Manager de unități comerciale

Formațiile de studii tehnice și profesionale din cadrul institutului sunt următoarele:

1. RCI – Responsabil în comerț internațional
2. Asistent manager de direcție

Multe dintre formările oferite de IMEA se realizează în cooperare cu Grande Ecole de Management de Nancy-Metz, ICN Business School.

Universitatea Constantin Brâncoveanu are un accord bilateral de cooperare cu IMEA Besancon, în cadrul Programului European Erasmus+ încă din anul 2007. Acordul permite schimburi pentru mobilitățile de studii și pentru cele de practică pentru studenți dar și de predare și cercetare pentru profesori.

Studenții ai IMEA la nivel de licență dar și la nivel de masterat, au studiat la UCB în anii trecuți iar pentru semestrul 1 al anului universitar 2015-2016, IMEA a trimis candidaturi pentru 3 studenți la nivel de licență care vor studia pentru un semestru la UCB.

Strategia de viitor a universității noastre presupune o dezvoltare majoră pe planul relațiilor internaționale în sensul cooperării cu universității și școli de afaceri din străinătate pentru montarea de proiecte comune în domeniul cercetării și inovației științifice.

ERASMUS+

