



DIALOG

studentesc brâncovenesc



**Mituri celebre
din psihologia populară**

**Secretele persuasiunii:
Instrumentele psihologice
de influențare**

Pagina 2



**Informarea și
educarea
consumatorului
Român în spațiul
European ed.VI**

Pagina 3



**Programul Școala
Altfel la Universitatea
Constantin
Brâncoveanu Pitești**

Pagina 4

PRE-ADMITERE 2015

FII CU UN PAS ÎNAINTEA CELORLALȚI!

Universitatea Constantin Brâncoveanu organizează în data de 2 aprilie 2015, ora 14, pre-admitere pentru locurile fără taxă, de la forma de învățământ cu frecvență, aferente anului universitar 2015-2016, la sediul din Pitești.

Pre-admiterea la programele de studiu se va face pe baza unui test grilă, susținut la una din disciplinele: Limba și literatura română, Istorie, Geografie, Economie, Matematică, iar subiectele vor fi elaborate după tematicile de bacalaureat.

LOCURILE FĂRĂ TAXĂ de la un program de studii se vor ocupa exclusiv de către elevii participanți la pre-admitere,

strict în ordinea descrescătoare a notelor obținute. Elevul declarat admis în urma pre-admiterii își va valida locul fără taxă, dacă va depune după examenul de bacalaureat din sesiunea iulie 2015, dar nu mai târziu de 1 august 2015, diploma de bacalaureat în original sau adeverință și va completa contractul de școlarizare pentru anul I.

**Obține din timp titlatura de student și beneficiază
de un loc fără taxă la una dintre specializările:**

Economia comerțului, turismului și serviciilor

Administrație publică

Management

Management în limba engleză

Comunicare și relații publice

Marketing

Contabilitate și informatică de gestiune

Finanțe și Bănci

Drept

www.univcb.ro

Detalii la secretariatul universității

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

Adevărul despre 6 mituri celebre din psihologia populară

continuare

Mitul 5 - Memoria umană funcționează ca o cameră video, stocând cu acuratețe evenimentele produse



În ciuda faptului că memoria ne înșală de multe ori în viața de zi cu zi, sondajele arată că mulți oameni cred că amintirile lor sunt stocate într-un mod similar datelor dintr-o cameră video sau dintr-un DVD. Această credință nu este susținută de datele științifice.

Cercetătorii arată că, într-adevăr, evenimentele extrem de emoționale tind să fie ușor de reținut, având o calitate fotografică. Totuși, chiar și aceste amintiri tind să se ștergă în timp și să fie predispuse la distorsiuni.

Freud și alți cercetători credeau acum mai bine de un secol că mintea noastră poate stoca în subconștient amintiri uitate, de multe ori traumatizante, fără a le pierde. Acum, după mai bine de un secol de studii, psihologii au ajuns la o concluzie diferită: memoria nu este reproductivă, adică nu redă cu acuratețe ceea ce am experimentat, ci este reconstructivă. Cu alte cuvinte, ceea ce ne amintim este un amestec neclar de reculegeri precise și false, alături de elemente care se potrivesc cu credințele și bănuielile noastre.

Cei patru profesori afirmă că o descriere mai bună pentru memoria noastră decât cea de „hard-disk”, casetă video sau DVD ar fi următoarea: un mediu aflat în continuă schimbare ce

subliniază abilitatea extraordinară de a crea elemente narrative fluide despre experiențele noastre trecute și prezente.

Mitul 6 - Hipnoza este o stare unică de „transă”, ce diferă de starea de trezire

În numeroase filme și cărți populare, hipnoza este descrisă drept o stare de transă atât de puternică încât îi poate convinge pe oameni normali să comită asasinat (așa cum se întâmplă în Candidatul Mancurian), să se sinucidă și să facă acțiuni la care nu ar recurge în mod normal.

Cercetările arată că acest lucru nu este adevărat. Oamenii hipnotizați pot rezista și de multe ori chiar se opun sugestiilor hipnotice, refuzând să facă lucruri ce nu le-ar sta în caracter, cum ar fi rănirea unor persoane.

Totodată, studiile au arătat că hipnoza se aseamănă superficial cu somnul, căci analiza cu ajutorul aparatelor de electroencefalografie arată că oamenii hipnotizați prezintă aceleași unde cerebrale ca în cazul stării normale de trezire.

În laborator, cercetătorii pot reproduce fenomenele pe care oamenii le asociază hipnozei, cum ar fi halucinațiile sau lipsa sensibilității la durere, folosind doar sugestii, fără a menționa hipnoza. Studiile au ajuns la o concluzie fermă: hipnoza nu implică o stare de transă. De altfel, majoritatea oamenilor care sunt hipnotizați afirmă după aceea că nu s-a aflat într-o stare de transă. În cadrul unei cercetări, 62% dintre participanți afirmă că „hipnoza este o stare modificată a conștiinței” înainte să fie hipnotizați, însă după ce aveau parte de această experiență, doar 39% mai credeau acest lucru.

Așadar, cercetătorii afirmă că nu există niciun motiv pentru a crede că hipnoza diferă la un nivel fundamental de starea normală de trezire. Ei spun că hipnoza pare să fie una din mai multe proceduri ce permit stimularea reacțiilor oamenilor la sugestii.

Ramona – Gabriela Eana
Sursa: www.descopera.ro

Care sunt secretele persuasiunii?

Instrumente psihologice de influențare

continuare

Iată cum funcționează cele șase instrumente psihologice de influențare și cum vă puteți asigura că nu sunt folosite împotriva dumneavoastră:

1. Regula reciprocității

Acest principiu este cunoscut de fiecare dintre noi, descriind faptul că oamenii tind să ne ofere același tip de tratament pe care l-au primit din partea noastră. Dacă facem un prim pas, oferind un obiect prețios, o informație utilă sau pur și simplu o atitudine pozitivă, vom fi răsplătiți pe măsură. Ceea ce contează este să facem noi primul pas. Cu alte cuvinte, indiferent ce dorim să obținem într-o situație, avem șanse mai mari să reușim dacă oferim noi mai întâi.

Cialdini oferă în cartea sa un exemplu impresionant al acestui principiu: în 1985, după ce Mexicul a fost lovit de un cutremur devastator, una din țările care i-au oferit asistență financiară a fost Etiopia, care se confrunta cu grave probleme economice. De ce s-a întâmplat acest lucru? Dintr-un motiv foarte simplu: în 1935, atunci când Italia a invadat Etiopia, Mexicul a trimis ajutoare către statul african. Așadar, în ciuda interesului imediat, a distanței uriașe, a războiului civil și a foametei ce o afectau, Etiopia s-a simțit obligată să returneze favorul.

Un aspect impresionant al principului reciprocității este omniprezența sa în cultura umană. De altfel, după studii exhaustive, sociologi precum Alvin Gouldner au ajuns la concluzia că nu există nicio societate umană în care această regulă să nu se aplice. Paleoantropologul Richard Leakey afirmă că „suntem oameni deoarece strămoșii noștri au învățat să-și împărtășească hrana și abilitățile într-o rețea a obligațiilor”. Lionel Tiger și Robin Fox, specialiști în antropologie culturală, afirmă că această „rețea a îndatorării” este un mecanism adaptativ unic oamenilor, ce a permis apariția diviziunii muncii, a schimburilor de bunuri și servicii (care au facilitat dezvoltarea experților) și a rețelei de interdependență care a permis indivizilor să devină unitați foarte eficiente.

Cum este folosită această regulă de „specialiștii persuasiunii”? Cialdini oferă exemplul religiei Hare Krishna, care a cunoscut o dezvoltare extraordinară în Occident datorită aplicării acestui principiu psihologic. Atunci când adepții acestei religii aveau probleme financiare, ei recurgeau la o tactică bazată pe acest principiu: ei ofereau oamenilor de pe stradă o floare, refuzând să o ia înapoi dacă aceștia nu doreau să o primească, sub pretextul că „este un cadou din partea Societății Hare Krishna”. După ce oamenii acceptau cadoul, adepții Hare Krishna le cereau o donație de câțiva dolari. Tactica a obținut rezultate extraordinare, astfel că Societatea Hare Krishna a ajuns să aibă temple, afaceri și proprietăți în 321 centre urbane din SUA și alte țări.

Cialdini afirmă că „regula reciprocității” este un instrument foarte puternic pentru obținerea conformității, motiv pentru care va fi dificil să reacționăm atunci când cineva îl folosește împotriva noastră. „La prima vedere, avem doar două opțiuni: fie să cedăm, fie să refuzăm și să suferim consecințele asupra sentimentelor de dreptate și de obligație adânc întipărite în noi”, spune Cialdini. Totuși, profesorul spune că acestea nu sunt singurele noastre opțiuni.

„Dacă înțelegem cu adevărat natura oponentului nostru, putem părăsi câmpul de luptă fără a suferi”, explică Cialdini. Profesorul afirmă că inamicul nostru real nu este cel ce folosește regula reciprocității pentru a obține acordul nostru, căci acea persoană doar folosește puterea reciprocității; regula în sine este inamicul nostru. „Dacă vrem să nu fim abuzați, trebuie să facem mai întâi câțiva pași pentru a dezamorsa energia acestei reguli”, explică cercetătorul.

Soluția propusă de Cialdini este simplă: trebuie să acceptăm propunerile dezirabile ale altora, dar să le vedem drept ceea ce sunt, nu ce sunt prezentate a fi. Așadar, dacă o persoană ne oferă un favor, putem să-l acceptăm, recunoscând că am creat o obligație de a-l returna în viitor. Acest lucru ne face participanți la „rețeaua de obligații” ce a fost benefică atât indivizilor, cât și societății, încă de la începuturile umanității. În schimb, dacă favorul inițial se dovedește a fi un truc construit special pentru a ne determina să realizăm o acțiune de mai mare importanță, atunci partenerul nu este binefăcător, ci un profitor. Odată ce am stabilit că oferta inițială era o tactică de persuasiune și nu un favor, vom putea reacționa corespunzător pentru a ieși din influența acestui mecanism. Când percepem acțiunea sa ca pe un mecanism psihologic de persuasiune, persoana respectivă nu va mai putea conta pe „regula reciprocității” drept aliat, căci aceasta nu se aplică și în cazul tacticilor de persuasiune.

continuarea în numărul viitor



INFORMAREA ȘI EDUCAREA CONSUMATORULUI ROMÂN ÎN SPAȚIUL EUROPEAN

(ediția a VI-a)



Cu ocazia Zilei Internaționale a Drepturilor Consumatorului, așa cum ne-am obișnuit în ultimii ani, la Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice (FMMAE) Râmnicu Vâlcea din cadrul Universității Constantin Brâncoveanu din Pitești s-a desfășurat pe 16 martie 2015 atelierul de lucru/ workshop-ul cu tema "Informarea și educarea consumatorului român în spațiul european", ediția a VI-a. Manifestarea a fost organizată de reprezentanții Facultății de Management Marketing în Afaceri Economice Râmnicu Vâlcea în parteneriat cu Centrul de Turism și Dezvoltare Durabilă al FMMAE, Asociația Generală a Inginerilor din România – filiala Vâlcea și Comisariatul Județean Pentru Protecția Consumatorului (CJPC) Vâlcea, fiind coordonat de un colectiv alcătuit din: Prof. univ. dr. ing. Sîrbu Alexandrina, Conf. univ. dr. Iordache Carmen Maria și Comisar șef adjunct Tătaru Cristina.

Manifestarea a fost dedicată informării și educării consumatorilor, fiind adresată cu precădere studenților de la programul de studii Economia Comerțului Turismului și Serviciilor (ECTS). La atelier au participat studenți, elevi, cadre didactice și reprezentanți ai autorităților locale. Elevii invitați de la Colegiul Economic Râmnicu Vâlcea au fost coordonați de prof. Dumitru Maria.

Dezbaterile atelierului au fost delimitate pe două secțiuni. Într-o primă parte a manifestării s-au abordat teme specifice legate de necesitatea informării și educării consumatorului român în context european și rolul tinerilor în promovarea unui comerț corect prin ajustarea cererii de mărfuri pe piața bunurilor de consum. Printr-o prezentare succintă, reprezentanții CJPC Vâlcea - Comisar șef adjunct Tătaru Cristina și Consilier juridic Căpățână Simona au punctat, prin exemple și studii de caz, efectele pozitive pe care le generează educarea consumatorului în exercitarea dreptului de a alege în cunoștință de cauză și modificarea adecvată a comportamentului consumatorului în procesul deciziei de cumpărare.

Prof. Dumitru Maria a subliniat necesitatea educării tinerilor consumatori, activitățile curriculare și extra-curriculare la nivelul liceului cu profil economic

fiind importante în acest sens. Elevii prezenți la manifestare vor participa cu eseuri la concursul național pe teme de protecția consumatorului, care se organizează anual în cadrul proiectului comun al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorului (ANPC) cu Ministerul Educației Naționale (MEN).

Studenții de la anul I ECTS au adus în discuție comerțul electronic și problemele ridicate de practicile frauduloase, care au generat un nivel crescut de neîncredere față de acest tip de comerț în rândul tinerilor. De asemenea, s-au dezbătut aspectele de protecția consumatorilor în relație cu practicile neloiale de modificare a prețurilor în perioadele premergătoare reducerilor. Au fost studiate cazuri concrete privind încălcarea drepturilor consumatorilor, fiind oferite

soluții diferențiate de rezolvare a problemelor și situațiilor similare pe viitor. La discuții au luat parte atât studenți, reprezentanții CJPC Vâlcea, cât și cadre didactice (Conf.univ.dr. Iordache Carmen, Lector univ.dr. Marin Camelia, Prof.ing. Dumitru Maria).

În a doua parte a workshop-ului tematica abordată a vizat „Dreptul la o viață sănătoasă”, Prof.univ.dr. Sîrbu Alexandrina explicând rolul alimentației pentru sănătatea populației și aspecte privind malnutriția în contextul securității alimentare, cu referire la situația existentă în țările europene. Conf.univ.dr. Răduț Carmen a pledat pentru o alimentație echilibrată.

Au existat numeroase puncte de vedere referitoare la informarea consumatorului cu privire la calitatea mărfurilor alimentare din punct de vedere al materiilor agro-alimentare, gradului de procesare a alimentelor, prezența contaminanților și siguranța alimentelor, etichetarea mărfurilor și controlul oficial al alimentelor. Comisar șef adjunct Tătaru Cristina și Prof.univ.dr. Sîrbu Alexandrina au explicat diferențele și modalitățile de identificare ale produselor alimentare ecologice și produselor tradiționale pe piața autohtonă.

La finalul atelierului s-a concluzionat că dreptul la o viață sănătoasă aparține fiecăruia dintre noi, dar ni-l putem exercita doar printr-un consum cantitativ-calitativ și sortimental adecvat, având noțiuni de bază privind calitatea mărfurilor alimentare și un comportament al consumatorului corespunzător.

Prof.univ.dr. Alexandrina Sîrbu
Conf. univ. dr. Carmen Iordache





PROGRAMUL ACTIVITĂȚILOR pentru Săptămâna "Să știi mai multe, să fii mai bun" SĂPTĂMÂNA DEZVOLTĂRII PERSONALE 6 - 10 aprilie 2015

Universitatea Constantin Brâncoveanu are plăcerea de a vă invita să participați la evenimentele organizate pentru elevii de liceu și profesorii îndrumători, în cadrul săptămânii "Să știi mai multe, să fii mai bun!" din perioada 06-10 aprilie 2015, a cărei desfășurare încadrează temele Anului European al Dezvoltării, 2015.

Denumirea activității/ evenimentului	Descriere eveniment	Data/Durata evenimentului
Ziua Carierei – Go for your career!	Evenimentul propune intervenția unor profesioniști din domeniile financiar-bancar, marketing, drept și administrație publică, management, comunicare și relații publice etc., pe teme care privesc alegerea și dezvoltarea timpurie a carierei.	06 Aprilie 2015 09.30 – 12.00
International Day – Tips and tricks to study abroad.	Participanții vor intra în dialog și vor împărtăși experiențe cu studenți internaționali de la Vilnius College - University of Applied Sciences, Lithuania care studiază în România, cu studenți români care au studiat în străinătate și profesori cu experiență internațională.	07 Aprilie 2015 09.30 – 12.00
Ziua Antreprenoriatului - How to be an entrepreneur?	Pentru că ideile geniale și spiritul antreprenorial nu au vârstă, evenimentul aduce în fața participanților o serie de antreprenori de succes care să stimuleze ideile tinerilor.	08 Aprilie 2015 09.30 – 12.00
Conferință de public speaking - Be a voice!	Vorbitul în public este o artă, dar și cea de-a doua mare frică a oamenilor. La acest eveniment sunt așteptați tinerii curajoși, dar și cei aflați în căutarea curajului, deopotrivă, pentru o întâlnire cu public speak-eri.	09 Aprilie 2015 09.30 – 12.00
Atelier de pictură, artă și spiritualitate!	Conferința – atelier a pictorului și sculptorului argeșean Orlando Năstase îi provoacă pe tineri, în Vinerea Mare, la o demonstrație de culoare, emoție artistică și pictură sacră.	10 Aprilie 2015 09.30 – 12.00

Persoană de contact: Tudorel Popescu – Director Departament de Relații Internaționale și Relații Publice
Telefon: 0784.211.644

E-mail: tudorel.popescu@gmail.com