



DIALOG

studentesc brâncovenesc

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

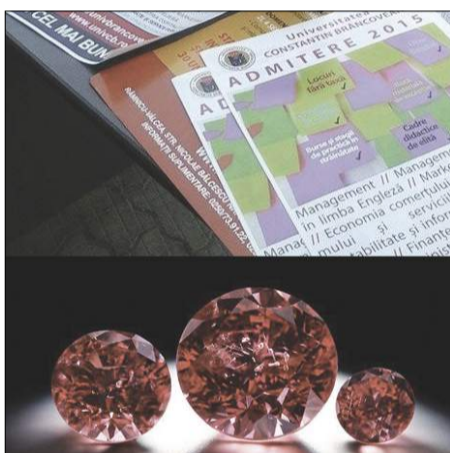
Râmnicu Vâlcea, Str. Nicolae
Balcescu nr. 39,
tel.: +40 250 73 91 22

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



**UCB la Târgul
locurilor de muncă
/
"Pași spre lectură"**

Pagina 2



**UCB la "Bursa
locurilor de muncă
2015"
/
Secretele
persuasiunii 6**

Pagina 3



**Programe de
studii UCB.
Burse ERASMUS+**

Pagina 4

Săptămâna " Să știi mai multe, să fii mai bun!" Conferința de public speaking - Be a voice!



Universitatea Constantin Brâncoveanu a organizat în cadrul Săptămânii " Să știi mai multe, să fii mai bun!" conferința de public speaking - Be a voice!

Vorbitorul în public este o artă, dar și cea mai mare frică a oamenilor.

Invitatul nostru a fost Alin Comșa, absolvent al Universității Constantin Brâncoveanu, trainer de peste 12 ani, fiind implicat în proiecte ce țin de dezvoltare personală, relaționare eficientă și managementul echipelor.

Actualmente, Alin este Manager Dezvoltare Vânzări al unei dintre primele trei bănci din România.

Are o experiență vastă în domeniul financiar bancar, unde a avut rezultate impresionante în domeniul vânzărilor, într-o serie de instituții financiare și bănci. În prezent, coordonează peste 60 de echipe de vânzări directe, cca. 500 de persoane, pe tot teritoriul țării. Deține o diplomă de master în comunicare, este trainer autorizat ANC și de peste 7 ani este implicat în pregătirea profesională a personalului din domeniul bancar.

Specialist în relații publice și comunicare, Alin Comșa este Co-Fondatorul „Self Trust Academy” și lector în Institutul Bancar Român – cursul de formare al formatorilor. În paralel Alin Comșa livrează cursuri de pictură și dezvoltare prin artă pentru cei mici.

A dezvoltat o serie de programe cu diferite teme: Leadership, Coaching, NLP, Sisteme de convingere, Inteligență emoțională, Time Management, Motivare, Charisma, Train the trainers. (sursa: fundatiacaleavictoriei.ro)

Alin, alături de colegul nostru Tudor Popescu, au reușit să captiveze audiența, evenimentul bucurându-se de aprecierea publicului. Le mulțumim încă o dată și așteptăm cu nerăbdare viitoarea conferință.

Pe Alin îl puteți găsi pe: alin-comsa.com



Universitatea Constantin Brâncoveanu a participat la Târgul de locuri de muncă desfășurat la Pitești



În perioada 23-24 aprilie, Universitatea Constantin Brâncoveanu a participat la târgul de locuri de muncă organizat în cadrul proiectului Garanții pentru TINERII cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013.

Proiectul este implementat în șapte județe (Vrancea, Brăila, Dâmbovița, Argeș, Vâlcea, Gorj și Dolj) și în municipiul București și vine, în principal, în sprijinul tinerilor care nu au absolvit examenul de Bacalaureat prin măsuri de informare,

consiliere, facilitare a accesului la locuri de muncă disponibile și la programe de ucenicie și internship.

Universitatea Constantin Brâncoveanu a fost prezentă în cadrul evenimentului cu un stand în cadrul căruia cadre didactice și studenți au oferit tinerilor, elevi și absolvenți de liceu, informații despre oferta educațională, cu privire la programele de studii de licență și masterat dar și noutăți despre calificările puse la dispoziție de către Colegiul universității pentru anul universitar 2015-2016.

„Pași spre lectură”

„Nu toți cei care citesc devin lideri. Însă toți liderii citesc.” (Harry S. Truman)

Proiectul educațional „Pași spre lectură” s-a derulat cu ocazia Zilei Mondiale a Cărții și a Drepturilor de Autor, zi stabilită de UNESCO (în 1995) pentru a marca simbolic nașterea și moartea scriitorilor de pretutindeni și, totodată, pentru a încuraja lectura, un fenomen în scădere alarmantă în toate țările. Prima manifestare de acest gen a avut loc pe 23 aprilie 1996 în Spania la Festivalul Trandafirilor cu ocazia Sfântului Gheorghe (Sfântul Jordi la spanioli) și a comemorării scriitorilor Miguel de Cervantes și William Shakespeare.

Colaborarea universitate-biblioteca reprezintă un obiectiv important al educației universitare, deoarece prin acesta se propune direcționarea studenților către lumea cărților și familiarizarea lor cu biblioteca, respectiv sala de lectură a universității.

Proiectul a vizat formarea unei atitudini pozitive a studenților față de carte, orientarea acestora spre lectură, precum și realizarea unei noi forme de colaborare între universitate, profesori, scriitori și studenți. Ideea acestui proiect a avut-o lect.univ.dr. Camelia Chirilă, la care au aderat mai mulți colegi: lect.univ.dr. Cristina Gănescu, conf.univ.dr. Mihaela Asandei, conf.univ.dr. Mihaela Savu, lect.univ.dr. Georgiana Mândreci, bibliotecar Liliana Dițoiu, fiecare contribuind la desfășurarea unui eveniment apreciat de toți participanții. Studenții invitați au fost cei de la Management-anul II, Contabilitate și Informatică de Gestiune și Comunicare și Relații Publice- anul I.

A fost invitată poeta Nicoleta Popa, absolventă a UCB și membră a Uniunii Scriitorilor din România. Doamna Mihaela Asandei a prezentat studenților prezenți în sala de lectură a bibliotecii UCB câteva informații despre poeta invitată. Am reținut că poeta a absolvit Facultatea de Științe Administrative și ale Comunicării cu o teză de licență despre Emil Cioran. A devenit membră a



Uniunii Scriitorilor în 2003. Între anii 1992 - 1994 a audiat (fără a fi studentă) cursurile profesorilor: Gabriel Liiceanu, Andrei Pleșu și Nicolae Manolescu. În aceeași perioadă a colaborat la ziarul „Ora”, mai târziu colaborând la revistele: Calende, Argeș, Contrapunct, Interval. A publicat 5 volume de poezii: Autorul este plecat în week-end (Editura Calende, Pitești, 1997); Egoismul de rigoare (Editura Paralela 45, 2001); Animal de povară (Editura Paralela 45, 2007-declarată cea mai bună carte de poezie a anului de U.S.R.-filiala Pitești); Fragmente din inima mea (Editura Brumar, Timișoara, 2009) și Solitudinea e țara mea (Editura Adenium 2014, Iași). A publicat și în volume colective: Urmașele lui Novalis (Editura Bărbulescu, Munchen, 1999) și Arheologie generală de poezie (Editura Paralela 45, 2000).

Poeta a discutat cu studenții invitându-i să citească, să-și găsească un hobby în lectură.

La eveniment s-a organizat un concurs ad-hoc de creație literară, toți cei care au redactat în versuri un îndemn spre lectură primind o carte a autoarei invitate cu autograf.

Bibliotecar Liliana Dițoiu a vorbit studenților despre semnificația bibliotecii, organizarea bibliotecii UCB și a prezentat și reguli de respectat în bibliotecă, marcând și Ziua Bibliotecarului.

Proiectul „Pași spre lectură” dorește să dezvolte gustul pentru lectură, să conștientizeze importanța lecturii, să formeze o atitudine de grijă față de carte; să consolideze deprinderile de citire corectă, fluentă și expresivă; să facă cunoscut spațiul bibliotecii și însușirea normelor de conduită într-o astfel de instituție.

Au consemnat Mihaela Asandei, Camelia Chirilă



UCB la "Bursa Locurilor de Muncă 2015"

Pe 24 aprilie 2015, Universitatea Constantin Brâncoveanu Pitești, Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice Rm. Vâlcea reprezentată prin Lect. univ. dr. Marin Camelia și secretar șef facultate Bănuțoiu Viorica, a participat la "Bursa Locurilor de Muncă 2015" din Rm. Vâlcea organizată de Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Vâlcea.

Printre cei 63 de angajatori și formatori, Universitatea a prezentat oferta educațională pentru anul universitar 2015/2016, și de asemenea posibilitatea de a fi student "brâncovean" în spațiul european printr-o bursă obținută prin programul Erasmus. Standul nostru a fost vizitat de elevi aflați în ultimul an de liceu la Colegiul Economic Rm. Vâlcea dar și de o serie de absolvenți de studii liceale și studii superioare.

Participarea universității la acest eveniment a fost salutăată de domnul prefect Dumitru Cornoiu și de domnul Albinaru Nicolae Gabriel, director executiv al AJOFM Valcea.

Mulțumim celor care ne-au vizitat standul!



Care sunt secretele persuasiunii? Instrumente psihologice de influențare continuare

6. Regula rarității

Un alt principiu important al persuasiunii este raritatea, acest instrument bazându-se pe faptul că oamenii sunt predispuși să își dorească mai puternic un lucru cu cât acesta este mai puțin disponibil.

Cercetătorii au descoperit că oamenii par să fie mai motivați de ideea de a nu pierde un lucru decât de gândul de a câștiga ceva de valoare egală. Spre exemplu, oamenii de știință au descoperit că mai mulți oameni decideau să-și izoleze casa atunci când li se prezenta câți bani ar fi pierdut dacă nu făceau acest lucru decât atunci când li se expunea câți bani vor câștiga prin economiile la facturi. De asemenea, cadrele medicale au descoperit că femeile sunt mai predispuse să-și palpeze sânii dacă recomandarea este formulată pentru a evidenția pierderea („Puteți pierde beneficii semnificative pentru sănătate dacă nu petreceți cinci minute lunar palpându-vă sânii”) decât dacă aceasta prezintă beneficiile („Veți obține beneficii semnificative pentru sănătate dacă veți petrece doar cinci minute lunar examinându-vă sânii”).

Același lucru s-a demonstrat în repetate rânduri în lumea afacerilor. Atunci când British Airways a anunțat că va renunța la zborurile supersonice cu avionul Concorde între Londra și New York, vânzările au crescut considerabil într-un timp foarte scurt. Reducerea disponibilității acestui serviciu a făcut ca publicul să-l perceapă ca mult mai atrăgător.

Un efect similar s-a înregistrat în 1985, atunci când compania Coca-Cola a vrut să modifice formula celebrei băuturi răcoritoare. În ciuda faptului că testele, „în orb” efectuate de specialiștii companiei arătau că oamenii preferau gustul noii băuturi, publicul a reacționat negativ la schimbare, iar în cele din urmă Coca-Cola a reintrodus formula veche a băuturii. Coca-Cola a înregistrat o creștere semnificativă a vânzărilor, oamenii dorind să cumpere un produs care devenise inaccesibil din cauza politicii companiei.

Un experiment efectuat de psihologul Stephen Worchel a arătat că „principiul rarității” este mai eficace în anumite momente. Cercetătorul a efectuat un studiu simplu: participanții au primit un borcan cu fursecuri și au fost rugați să evalueze gustul, calitatea și prețul acestora. Jumătate dintre participanți au primit un borcan cu 10 fursecuri, iar cealaltă jumătate un borcan cu doar 2 fursecuri. Studiul a arătat că, așa cum prezice și „principiul rarității”, fursecurile disponibile în cantitate mai mică erau considerate mai dezirabile și mai costisitoare. De asemenea, Worchel a descoperit că, atunci când participanții primeau mai întâi un borcan cu 10 fursecuri, iar apoi acesta era înlocuit cu

unul cu două, fursecurile erau considerate mai gustoase decât în cazul în care participanții aveau încă de la început un borcan cu două fursecuri. Așadar, schimbarea dinspre abundență spre raritate provoca o reacție mai pozitivă decât raritatea constantă.

Worchel a mai descoperit un lucru interesant: atunci când înlocuia borcanul cu 10 fursecuri cu unul cu 2 fursecuri, el oferea două explicații diferite participanților la studiu. Unora le spunea că s-a comis o greșeală și că le-a fost oferit borcanul greșit, iar altora le explica că este nevoie de acele fursecuri pentru a le oferi altor participanți la studiu în scopul evaluării. Cercetătorul a descoperit că fursecurile care deveneau indisponibile deoarece erau dorite de alți participanți erau mult mai apreciate de oameni decât cele care deveneau indisponibile în urma unei erori.

Profesorul Cialdini spune că această tendință omenească, de a ne dori mai intens lucrurile rare atunci când ne aflăm în competiție pentru a le obține, este adeseori speculată de specialiștii din domeniul publicității.

Cum putem contracara această „armă a influenței”? Cialdini afirmă că același studiu ne oferă un indiciu prețios. Deși oamenii considerau fursecurile indisponibile mai dezirabile decât cele abundente, ei nu le notaseră ca fiind mai gustoase. Așadar, în ciuda dorinței sporite provocate de indisponibilitate, fursecurile nu ofereau o satisfacție mai mare. Cialdini spune că această descoperire arată că plăcerea nu apare în urma folosirii unui obiect rar, ci din posesia acestuia. Profesorul afirmă că, atunci când ne confruntăm cu senzația de raritate în cazul unui obiect, trebuie să ne întrebăm ce anume ne dorim de la respectivul produs. Dacă îl vrem pentru beneficiile sociale, economice sau psihologice conferite de deținerea unui obiect rar, atunci senzația de raritate reprezintă un indiciu bun al prețului pe care ar trebui să fim dispuși să-l plătim pentru el. Dacă, în schimb, îl vrem pentru utilitatea sa, atunci trebuie să ne reamintim că obiectele rare nu oferă beneficii suplimentare datorită disponibilității lor limitate.

Profesorul Cialdini concluzionează că, în ciuda faptului că aceste șase principii ale persuasiunii sunt foarte eficiente, nu suntem sortiți iremediabil manipulării. Prin înțelegerea tehnicilor de influențare putem să recunoaștem strategiile folosite de alții și să analizăm în profunzime solicitările acestora, dându-le curs doar în situația în care suntem convinși de validitatea acestora.

PROGRAME DE STUDII

LICENȚĂ

contabilitate și informatică drept administrație
de gestiune marketing management publică
finanțe-bănci comunicare și relații publice
economia comerțului, turismului și serviciilor

PROGRAME DE STUDII

MASTERAT

MANAGEMENTUL AFACERILOR
MANAGEMENT FINANCIAR BANCAR
MANAGEMENT ȘI LOGISTICĂ
MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE
MANAGEMENTUL ECONOMIC
AL UNITĂȚILOR ȘCOLARE
MARKETINGUL SERVICIILOR
DREPT PRIVAT
COMUNICARE MANAGERIALĂ
ȘI RELAȚII PUBLICE
BUSINESS TO BUSINESS MARKETING
TURISM, GESTIUNE HOTELIERĂ
ȘI POLITICI ÎN INDUSTRIA OSPITALITĂȚII
MANAGEMENT ÎN ADMINISTRAȚIE ȘI SERVICII PUBLICE
STANDARDE, REGLEMENTĂRI ȘI POLITICI CONTABILE



fb.com/univbrancoveanu

www.univcb.ro

burse de studiu

prin programul european

Erasmus+

30 de universități europene

14 țări

stagii de practică internaționale

erasmus placement

ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN!