

DIALOG

studentesc brâncovenesc

JOI // 15 NOIEMBRIE 2012 // ANUL IX // NR. 588 // www.univcb.ro // dsb@univcb.ro



Principalele cuvinte-cheie care îi descriu pe irlandezi sunt: muzică, literatură, cultură celtică, o societate în schimbare, prețuri corecte, vacanțe în străinătate, vreme, sport, urbanizare și imigrare.

Pagina 2



Leadership - ul este „o relație complexă și morală între oameni, bazată pe încredere, obligație, angajament, emoție și o viziune comună despre ce înseamnă binele”. Pagina 3



Personal branding se referă la modalitatea prin care îți construiești o imagine puternică despre tine ca individ și ca profesionist. Pagina 4

☐ **Universitatea Constantin Brâncoveanu, exemplu de bună practică de internaționalizare**



Relațiile Internaționale, punct - cheie al strategiei Universității Constantin Brâncoveanu

Relațiile internaționale și stabilirea de parteneriate cu universități din Europa, dar și din Statele Unite ale Americii reprezintă una dintre prioritățile principale ale Universității Constantin Brâncoveanu. Aceasta se reflectă în crearea de oportunități de care au beneficiat studenți, cadre didactice și personal administrativ în ultimii ani.

Departamentul de Relații Internaționale (DRI) este cel care realizează parteneriatele, selectează studenții și întocmește toată documentația necesară pentru accesarea programelor de studii, de internship sau de predare. Acesta și-a început activitatea în 2005 și de atunci a devenit o structură solidă și reprezentativă a universității, care crează și implementează strategia specifică ce vizează relațiile internaționale ale UCB.

În anul 2007, prin Departamentul de Relații Internaționale, Universitatea Constantin Brâncoveanu a primit o nouă acreditare de la Comisia Europeană pentru aceleași tipuri de activități. Recent, universității i-a fost acordată acreditarea „Erasmus University Charter EXTENDED”, care permite mobilități de studii pentru studii, stagii practice în companii europene, mobilități de predare și de formare pentru cadrele didactice și,

totodată, mobilități de formare pentru personalul administrativ.

Obiective

Principalele obiective ale Departamentului de Relații Internaționale sunt:

- inițierea și elaborarea acordurilor de cooperare academică internațională;
- promovarea dimensiunii europene a învățământului superior;
- realizarea unor module comune în colaborare cu partenerii instituționali străini;
- coordonarea mobilităților studențești și acordarea de sprijin studenților interesați de acestea;
- dezvoltarea programului Erasmus Placement / Stagiul Practic, menit să formeze studenții din punct de vedere profesional;
- facilitarea implicării studenților și cadrelor didactice în procesul de accesare a unei burse Erasmus.

Mobilități

Ca parte integrantă a strategiei generale a universității, Departamentul de Relații Internaționale promovează calitatea în educație și transparența experiențelor internaționale avute fie de către studenți, fie de către cadrele didactice sau de personalul administrativ. Astfel, departamentul oferă comunității sale academice:

- ✓ 130 de mobilități și de burse pentru studii;
- ✓ 55 de mobilități pentru practică și training;
- ✓ 25 de mobilități pentru profesori și pentru cercetare;
- ✓ 10 mobilități pentru training-ul personalului administrativ.

Toate aceste oportunități sunt asigurate de către bursele Erasmus și sunt co-finanțate de către Universitatea Constantin Brâncoveanu.

Feed-back-ul celor care au ales aceste mobilități este foarte important pentru universitate. Noi ne dorim în permanență să ne asigurăm că experiența tinerilor a fost una pozitivă, să aflăm modul în care acesta le-a influențat dezvoltarea personală și profesională, să arătăm persoanelor care încă nu au accesat o mobilitate toate avantajele care pot să decurgă din ea și să asigurăm comunitatea de gradul nostru ridicat de transparență. În acest sens, am interviuat cei treizeci de studenți care au accesat programele Erasmus de studii și de internship din Porto, Portugalia. Cu acest număr, vom începe publicarea lor cu scopul de a le arăta și celorlalți studenți posibilitățile variate de a-și îmbunătăți educația și de a beneficia de o experiență internațională.

„Cel mai mare beneficiu al unei burse Erasmus Placement este recunoașterea internațională”

Adrian Ilie este student în anul II, specializarea Contabilitate și Informatică de Gestione a Facultății de Finanțe-Contabilitate. El este unul dintre studenții care au optat pentru un program de mobilitate Erasmus Placement în Porto, Portugalia, în timpul verii. Cum a fost pentru el această experiență și ce planuri de viitor are vom afla din interviul de mai jos.

DSB: 1. Care a fost motivul accesării unei mobilități Erasmus Placement?

Ilie Adrian: Motivele pentru care am accesat mobilitatea Erasmus Placement au fost, în primul rând, pentru a obține o recunoaștere internațională de practică, dar și pentru a vizita o țară străină și a învăța despre o cultură nouă, despre care poate nu aș fi avut ocazia, din diverse motive.

DSB: 2. Ce te-a surprins plăcut când ai ajuns acolo?

A.I.: Când am ajuns acolo, am fost plăcut surprins de amabilitatea oamenilor și de peisajele frumoase adiacente locului unde am stat în această perioadă.

DSB: 3. Cât de greu/ușor te-ai adaptat? Ce diferențe culturale ai descoperit?

A.I.: M-am adaptat foarte ușor deoarece

sunt o persoană deschisă, mai ales la ceva nou. Ca diferențe culturale, aș putea să enumăr lipsa spiritului de petrecere al oamenilor așa cum eram obișnuit în țară, oameni mai amabili și mult mai liniștiți, de o calmitate imensă și sociabili, care respectă foarte mult tradițiile și sărbătorile, dar și tradițiile universitare între studenții de an terminal și cei din primul an.

DSB: 4. Într-o frază, spune-ne care este cel mai mare beneficiu al unei burse Erasmus Placement.

A.I.: Cel mai mare beneficiu al unei burse Erasmus Placement este, după părerea mea, recunoașterea internațională, necesară la CV pentru o mai ușoară angajare, participare la diverse evenimente.

DSB: 5. Care este impactul acestui tip de formare profesională în viața unui student?

A.I.: Acest tip de formare profesională antrenează studentul pentru o viață în care este nevoit să se descurce singur, îl ajută să își gestioneze mai bine timpul și banii și îl ajută să fie mai organizat și mai punctual.

DSB: 6. Pe viitor...

A.I.: Pe viitor, cred că o să mai accesez diferite burse, mai ales Erasmus, deoarece consider că sunt utile în viața de zi cu zi, atât acum, cât și pe viitor.

Iluzie

Stăteam lângă fereastra
noastră;
Ce vremuri depărtate...
Și-ncremenit în zarea-
albastră
Cu ochii te vedeam în
toate...

Tu doar atâta așteptai –
Să mă gândesc la tine
Din zare iute-mi apăreai,
Privind duios la mine.

Și te vedeam zburând
grăbită –
Un fluture în zori de zi,
Căci tu știai că fericită
Numai o zi puteai a fi...

Apoi făptura-ți prefăceai
În pasăre măiastră.
Eu te chemam ... și tu
veneai
Să cânti iubirea noastră.

Rupeam o floare – un
trandafir,
Să simt al tău miros;
Iar tu, cu-al vieții elixir,

Te-nvăluiai în roz ...

Atunci, eu am crezut că
viața
O ai captivă într-o floare;
Și-am vrut să-ți dau, din
nou, speranța
De-a fi nemuritoare.

Am început să rup toți
crinii
Și roșii trandafiri;
Să-ți dau în dar taina
iubirii
Și viața să ți-o-nșir ...

Dar tu ai dispărut
deodată,
Te-ai cufundat de tot în
zare;
Și-am înțeles: iubirea
noastră
Cere o jertfă mult prea
mare...

Ionuț Lihor
Anul III, Jurnalism
Universitatea Constantin
Brâncoveanu, Pitești

Tips & Triks despre țările Erasmus

Astăzi: Irlanda

Știi că, de obicei, nu sunt mulți studenți care aleg Irlanda ca țară în care să meargă și să studieze sau să facă un trimestru de Internship prin programul de studii Erasmus. Poate pentru că atracțiile turistice nu se compară cu cele ale Franței, poate că de vină este accentul mai puțin obișnuit sau poate că sunt alte motive. Însă, cei care, totuși, se decid să opteze pentru Irlanda ca țară în care să plece prin programul Erasmus, ar trebui să cunoască o serie de lucruri importante pentru ca șederea lor acolo să fie una plină de lucruri pozitive.

Principalele cuvinte-cheie care îi descriu pe irlandezi sunt: muzică, literatură, cultură celtică, o societate în schimbare, prețuri corecte, vacanțe în străinătate, vreme, sport, urbanizare, imigrare. Atitudinile lor și principalele subiecte de discuții sunt construite în jurul acestora. Alături de cuvintele-cheie, specialiștii în comunicare interculturală au identificat câteva exerciții care să îi descrie pe locuitorii Irlandei cu cea mai mare acuratețe. Printre ele se numără și: modest, de încredere, cu simțul umorului, sociabil, încrezător și ospitalier.

Încă din momentul în care ai coborât din avion, ești nevoit să intri în dialog cu ei. Ca să îți fie cât mai ușor posibil, iați câteva sugestii extrem de utile. În primul rând, trebuie să știi că irlandezii sunt parteneri de discuție entuziaști, cărora le place o dezbateră însoțită de umor. Înainte de a te cunoaște mai bine, ei preferă o mică discuție de conveniență pentru a-și putea da seama de tipul de raport pe care

este necesar să îl stabilească cu tine. Aceste mici discuții pot fi despre vreme, sport, călătoria ta spre Irlanda, gastronomie, băuturi etc. Dacă se lasă liniștea peste conversație, irlandezii vor considera acest fapt drept grosolan, iar tu le vei părea rece și neprietenos.

Mai mult decât atât, într-o situație de comunicare, irlandezii tind să treacă repede de la adresarea protocolară la cea care folosește numele mic. Titlurile profesionale sau academice nu le trezesc, neapărat, respect. Depinde doar de individ să le câștige stima sau respectul.

Cea mai bună manieră de a stabili o întâlnire cu un locuitor al Irlandei este în holul unui hotel bun. Nu te aștepta să primești o invitație acasă la ei decât dacă te cunosc destul de bine, au încredere în tine și se simt confortabil în prezența ta; iar pentru acest lucru, cel mai bine ar fi să ai o atitudine modestă.

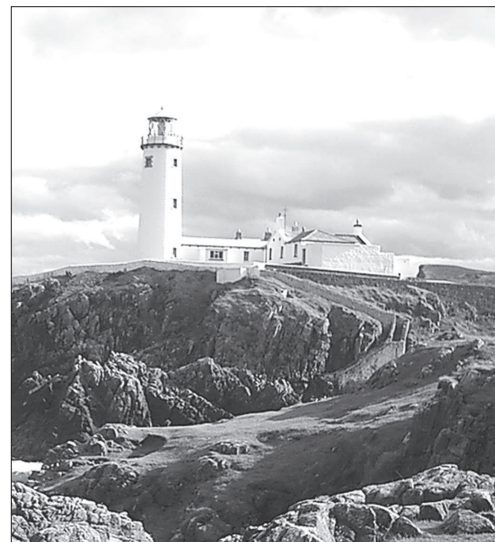
Dacă ai o întâlnire cu un irlandez, este bine de știut că ei preferă o strângere fermă de mână la venire și la plecare, însă, pe parcursul discuțiilor, trebuie să păstrezi distanța de 60 de cm și să nu intri în spațiul lor personal. De-a lungul schimbului de replici, nu pierde contactul vizual cu interlocutorul, care ar putea cataloga acest act drept nepolitic.

Oamni de afaceri irlandezi sunt persoane foarte ocupate și mereu pe fugă, așa că fii punctual, nu te îndepărta de subiect și scurtează, pe cât de mult posibil, întâlnirea.

La fel de bine, există câteva cuvinte sau formulări periculoase pentru ei. De exemplu, evită superlativele, nu te alătura autocriticii pe care și-o fac și ai grijă dacă

vrei să faci o glume, fiindcă irlandezii cred că persoanele venite din alte țări nu au niciun pic de umor. Între subiectele preferate de care ei într-o conversație sunt: istoria, familia, sportul, televiziunea, vremea și călătoriile. Dar sunt și câteva teme care trebuie evitate cu orice preț, și anume religia și Irlanda de Nord.

Dacă îți cont de toate elementele enumerate mai sus, ai toate premisele ca experiența ta internațională să îți ofere doar amintiri plăcute și parteneriate de succes.



Exegeză

E octombrie. Îmi amintesc cu multă băgare de seamă stropii ce se prelingeau pe-o fereastră oarecare a unui liceu sucevean, acum aproape un veac... și cum priveam în ochi frigul și ceața. Am reușit atunci să mă transform, preț de o oră, în cel pe care-l iubeam atât de mult: marele Bacovia. I-am citit gândurile, mi-a ghidat condeiul, i-am simțit suferința. Întregul univers mi-era strivit de roșul orașului, iar de frizie mi-erau parcă roase cu sălbăticie oasele. Nu-mi amintesc nimic tangibil. Asemenea lui Kant, mîntea mea saturată se îmbulzea spre o creație specific teleologică. Și-am reușit. M-am dezmoztit târziu. Am realizat și m-am trezit din aspirație. Mai auzeam decât fad, în vis, cum îmi șoptea „Obsesii”: „Cu gândul meu/ La tine./ Am întâlnit/ Aspecte similare./ Părea că ești/ Chiar tu.../ Doar suflul tău/ Mai rămănea/ Să difere.”

Acum a trecut ceva timp, însă mi-e dor, ca măcar o clipă, să mă mai depărtez de vară, de dragostea deziderativă a lumii, să mă retrăiesc claustrarea specifică celui ce a pus monopol pe un întreg anotimp și l-a transformat, cu egoism, în stare de spirit. Toamna, prin definiție, e o jertfă adusă unui nebul îndrăgostit de sublim. Oh, și totuși, cât de mult îl iubesc!

Închid ochii, ascult liniștea apăsătoare a ploii. Gerul îmi roade cu nerușinare toate mădularele și le transfigurează. Simt o smintea profundă asupra mea. Parcă am deschis ochii și mă văd pe mine însămi, din exterior... Și mă îngrozesc. Azi pot lua chipul oricui și pot privi din punctul lor de vedere. Și mă îngrozesc. Azi trăiesc un coșmar concretizat în imagini și culori fade, mă depărtez de tot ceea ce era Adevărul meu și mă îndrept spre Adevărul lor, iar Realitatea este undeva la mijloc. Îmi doresc să pot opri cumva aceste voci meschine din capul meu ce mă hulesc, ce mă împing la pământ și-

mi incinerază cu răutate suflul. V. Hugo spunea cândva, cu multă candoare „Omul care merge ignorând suflul este asemeni unui orb care rătăcește prin întuneric purtând o torță stinsă”.

Mă simt grea. Simt că mă apasă întreaga viață și mă cuprinde spaima. Încerc să-mi găsec rostul dar mă dezamăgesc, căci deznădăduiesc. M-au reajuns temerile acestei vieți incommensurabile și patima schimbării. Mă uit la poze din liceu și mă simt urâtă, grasă, bătrână... trecută, și mă apucă spaima. Apoi mă gândesc că am doar 20 de ani și mi-e frică de responsabilitate, de familie. Trăiesc drama specific Lenei deghizată în Ileana. Îmi simt sângele cum fierbe în vene de amorul artei, îmi simt pântecul cum se zbate spre Geneză, dar mă aștept o clipă. Mai zăbovesc. Mai am un moment de răgaz, o teamă atemporală – „Sunt uneori stări care parcă își pierd durată. Nu știi - sau nu-ți aduci aminte - când au început, ce le-a dezlănțuit, cum se transformă” (M. Eliade – „Nuntă în cer”). M-aș putea regăsi perfect printre creațiile lui Eliade, o portretizare plină de culoare. O formă atât de plină de fond. Dar nu, eu nu mă ridic la acel nivel. Mă străvesc de pietrele mediocrității umane. Simt iar tendința de a fugi. Dar cât să mai fug? Unde să mai fug? Până când? Și apoi mi-e frică de viitor. „O umbră, în odaie, pe umeri m-apăsa - / Vedeam ce nu se vede, verbea ce nu era” (Bacovia – „Umbră”).

Acum, am un plâns ariert și de-a dreptul jenant. Îmi plâng pîrlul cândva lung, ca pe un om, și cad în păcat pentru ceva atât de infim. Îmi jertfesc suflul obiectelor. Îmi pierd echilibrul. Nu-mi găsesc liniștea și mă simt oboșită, când de fapt așa aveam de făcut. Dar nu este oboseală, e smintea. E lene. E toamnă. E frig. Aș vrea să fac ceva măret, dar mă simt neputincioasă, căci eu, în loc să-mi caut menirea, să-mi urmez vocația, să-mi găsesc locul, mă incurc cu

măruntșuri, copilării și leneviri păcătoase. Și mi-este frică să mă trăiesc așa, ca un cadavru deshumat dacă suflul mi-e mort... Și rătăcesc. Doamne! Mi-aș dori să-și facă Divinul Absolut mila de mine și să-mi dea și mie smerenție și liniște suflutească, să nu mă rătăcesc, să nu mă mai incurc pe mine însămi, să nu mă mai condamnm la moarte suflutească...

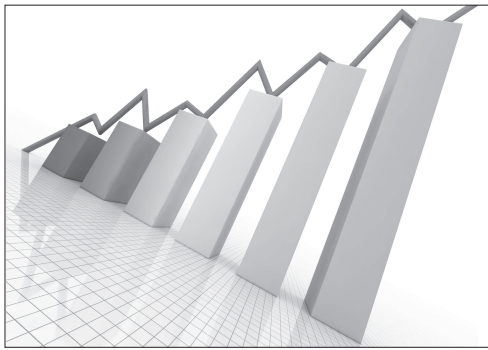
Dar până atunci, rămân un corp părăsit de conștiință, hult și bătut de brumă. Am ochii deschiși, dar degeaba, dacă m-a părăsit suflul. Cu suflul mort, trupul mi-e incapabil, e o carcasă goală fără valoare. Mai bine să se degradeze, să hrănească pământul, să hrănească animalele ce sunt mai demne decât el: halcă de carne putredă și necesită.

Și mă trezesc. Mă dezbrac de hainele de plumb și respir ușurată. Ah, ce frumoasă e ofranda Bacoviană... dar să nu uităm că toamna nu-i decât o planșă măzgălită cu pricepere de-un nor. Iar eu rămân a timpului nălucă, uitată într-un turn apotropaic în care se imbină frumuseți rare. Mi-aș dori să simt cu-adevărat, mai mult de-o clipă, Adevărul lui. Dar e posibil numai în acele dimineți în care bruma se imbină cu lumina într-un dans celsic. „Dacă timpul ar fi avut frunze, ce toamnă!” (Nichta Stănescu)

Grațela – Teodora Vlad, An I - Comunicare și Relații Publice, Universitatea „Constantin Brâncoveanu”, Râmnicu Vâlcea



Leadership- ul ca instrument de business



Leadership-ul este un domeniu destul de recent apărut în România, dar care are o mare influență și importanță în Europa și în America. Pentru a începe discuția despre conceptele-cheie ale acestui domeniu, este necesar, în primul rând, să îl definim. Hersey & Blanchard, cercetătorii americani care au elaborat teoria leadership-ului situațional, definesc conceptul ca fiind „un proces care influențează activitățile unei persoane sau ale unui grup, în efortul lui de a atinge un țel într-o anumită situație”. Profesorul Joanne B. Ciulla de la Universitatea Richmond afirmă despre leadership că este „o relație complexă și morală între oameni, bazată pe încredere, obligație, angajament, emoție și o viziune comună despre ce înseamnă binele”.

Înțelesuri

Definițiile sunt foarte diferite, în funcție de cine analizează conceptul și de unghiul din care este el privit. Pentru că leadership-ul este făcut de oameni pentru oameni, multe persoane cred că deja îl practică sau îl cunoșc, însă acest lucru nu este neapărat adevărat. Mai mult decât atât, există multe dezbateri care au ca premiză întrebarea: „Leadership-ul este management sau nu?” Pentru a răspunde la ea, putem pleca de la ideea că management înseamnă: planificare, organizare, coordonare, iar leadership-ul înseamnă influențarea oamenilor, nu doar organizarea și supravegherea lor.

Fără a minimaliza importanța managementului, putem spune că leadership-ul este diferit de el și îl are ca bază pentru dezvoltare deoarece un management defectuos nu permite leadership-ului să se pună în mișcare.

Tipuri de leadership

Pentru a exemplifica și mai mult ce înseamnă, de fapt, acest domeniu, vom spune că literatura de specialitate ilustrează câteva tipuri de leadership, și anume: adaptativ, precizat, autentic, carismatic, dinamic, eroic și participativ.

Începând detalierea fiecăruia, putem spune că primul se referă la necesitatea liderilor de a se adapta la fiecare situație care le iese în față astfel încât să își poată menține concentrația asupra proiectelor care trebuie finalizate.

Leadership-ul autentic are la bază autenticitatea ca trăsătură fundamentală a unui lider. Acesta trebuie să fie el însuși în orice

situație, să nu aibă o personalitate cameleonică, să acționeze mereu după propriile valori, pe care să le insuflă și celorlalți angajați, trebuie să se întrebe dacă suflul companiei este ilustrat în misiunea, viziunea și valorile companiei.

Leadership-ul apreciativ este definit de către teoreticienii ca fiind o capacitate rațională de a mobiliza potențialul creativ, de a pune în mișcare încrederea, energia, entuziasmul și performanța pentru a crea o diferență notabilă în lume. Atenția acestui lider se concentrează pe ce nu merge bine și pe implementarea strategiilor salvatoare.

Cel carismatic își atrage aprecierea celorlalți datorită personalității și șarmului său mai mult decât datorită puterii sau autorității sale. Când intră într-o sală și trebuie să salute oamenii, se comportă cu fiecare ca și cum ar fi cea mai importantă persoană de pe Pământ. El este foarte persuasiv și își folosește limbajul trupului ca să întărească ideile pe care le emite. De multe ori luptă pentru crezul său și, datorită acestui motiv, multe persoane sunt dispuse să îl urmeze în atingerea scopului final.

Liderii dinamici sunt atenți la trei elemente care să asigure o bună funcționare a companiei: coerență, adaptabilitate și putere. Coerența se referă la o bună colaborare între toate departamentele companiei pentru ca activitatea să poată fi coordonată cu succes.

Adaptabilitatea asigură organizației capacitatea de a nu avea un moment de blocaj atunci când intervin factori noi, care pot să nu fie benefici. În acest caz, puterea se referă la un lider care este capabil să privească holistic trendurile și mișcările din piață și să anticipeze posibile probleme care pot să apară din cauza lor.

Leadership-ul eroic este foarte important pe timp de criză, deoarece astfel de lideri transmit o imagine solidă, pe care angajații se pot baza în situații dificile. Dezavantajul acestuia este că liderul are o imagine de neinduplecat, pentru care nu există greșală și care nici nu își cere scuze pentru ceea ce face.

A fi un lider participativ înseamnă a implica toți membrii echipei în rezolvarea unei probleme, mai ales în momentul în care este nevoie de o gândire creativă. Cel mai mare avantaj al acestui tip de leadership este acela că îți valorizezi angajații profesioniști, îi faci să se simtă importanți și crești productivitatea.

Domenii de aplicare

Dacă după descrierea de mai sus ne putem face o imagine despre tipurile de leadership și despre caracteristicile lor esențiale, pentru a avea o viziune holistică asupra subiectului este necesar să adăugăm și faptul că cercetătorii au identificat cinci domenii distincte în care leadership-ul se poate manifesta: leadership pentru tine însuși, pentru alte persoane, pentru echipe sau grupuri, pentru organizații sau pentru comunități.

Când o persoană aude verbul „a conduce”, îi vine în minte un om care îi îndrumă pe alții într-o anumită direcție. Însă, în ultimul timp, oamenii de știință au ajuns la concluzia că dacă un individ nu se poate conduce pe sine însuși înspre atingerea unui scop, atunci nu este capabil să îi coordoneze pe alții. De aceea, aplicarea leadership-ului începe cu tine însuși. Ca acest demers să aibă succes, o persoană are nevoie de: abilitatea de a învăța, rezolvarea rapidă a problemelor, gândire critică, stabilirea scopurilor personale, prioritizare, managementul timpului și stresului, inteligență emoțională, automotivare și echilibru între viața personală și cea profesională.

Leadership-ul pentru alte persoane se manifestă prin coaching,

consiliere, delegare și mentorat. Coaching-ul implică lucrul în echipă: coacher-client pentru a asigura structură, ghidare și suport pentru client cu scopul ca acesta să aibă o viziune corectă și reală asupra existenței sale, să își stabilească un set de scopuri clare, bazele pe nevoile sale, să acționeze în direcția atingerii obiectivelor propuse, să reflecteze în permanență asupra acțiunilor întreprinse și să ofere un feed-back constant coach – ului. Consilierea se referă la a ajuta, în mod practic, o persoană în rezolvarea unei probleme. Un consilier poate să se folosească de o mulțime de instrumente pentru a-și duce la capăt misiunea: evaluări, diagnostic, planuri de tratament, ascultare activă, clarificarea valorilor. Delegarea sarcinilor este o activitate complexă, care implică alegerea unei persoane potrivite pentru a îndeplini sarcina, atribuirea ei, specificarea clară a rezultatelor obținute, comunicarea permanentă și evaluarea persoanei care a îndeplinit sarcina. Activitatea principală de mentorat se rezumă la a ghida un protejat, adică o persoană mai puțin experimentată, la a progresa în carieră. El este, de fapt, un proces de transmitere informală a cunoașterii, a capitalului social și a suportului psihico-social de la o persoană cu o mare experiență profesională cuiva care este mai puțin experimentat.

Leadership-ul destinat echipei se realizează prin facilitarea, rezolvarea problemelor și luarea deciziilor în grup, managementul întâlnirilor și managementul de proiect. Prima dintre acestea se referă la activitățile care includ: derularea unei întâlniri, planning-ul, design-ul, implementarea și evaluarea întâlnirii. Rolul lui este de a ghida grupul către obținerea rezultatelor pe care și le-a stabilit la începutul ședinței. Rezolvarea problemelor și luarea deciziilor în grup este un proces elaborat și dificil de dus până la capăt deoarece implică luarea în considerare a opiniilor unui număr relativ mare de persoane, care trebuie să ajungă la un consens. Misiunea liderului este de a trece prin acest procedeu cât mai repede și fără a crea tensiuni în cadrul grupului.

Leadership-ul pentru companii este un domeniu vast, care implică un număr mare de coordonate. Elementul de bază al acestuia se referă la capacitățile de leadership pe care le manifestă CEO-ul în managerierea întregii organizații. Dacă o companie este privită ca un individ, atunci ea va fi mai ușor de coordonat, deoarece i se pot aplica strategiile și tacticile folosite în cazul leadership-ului pentru sine însuși.

Ultimul tip de leadership, cel pentru comunități, are la bază identificarea problemelor cu care se confruntă comunitatea în care compania, reprezentată de către lider, activează și în organizarea de campanii de responsabilitate socială pentru a le rezolva sau pentru a le diminua. Mai mult decât atât, leadership-ul se manifestă cu amplexare atunci când liderul reușește să atragă de partea lui liderii de opinie ai comunității, ONG – ury sau simpli oameni care să îi sprijine demersurile.

Concluzii

Acestea sunt doar câteva dintre elementele de bază ale leadership-ului, pe care orice persoană ar trebui să le cunoască, cu atât mai mult tot managementul unei companii. Chiar dacă, la prima vedere, pare un domeniu despre care o persoană se poate gândi că nu o privește, multe dintre principiile sale pot fi aplicate și la nivel individual, pentru a ușura munca unei persoane sau pentru a-i facilita drumul către atingerea obiectivelor personale sau profesionale.

Adriana Cocirță

◆ Studenți de 10

„Universitatea Constantin Brâncoveanu cunoaște și aplică sintagma <<respectul se câștigă, nu se achiziționează>>”

Gabriela Huțanu este unul dintre numeroșii tineri care au ales Universitatea Constantin Brâncoveanu pentru a-și continua studiile la nivel universitar. Acum este studentă în anul II la Drept, la Facultatea de Științe Juridice, Administrative și ale Comunicării a Universității, iar primul său an universitar a fost încheiat cu media 10.

UCB dorește să evidențieze studenții care au obținut rezultate deosebite la specializările pentru care au optat, astfel că fiecare dintre ei a fost intervievat, iar interviurile vor fi publicate, periodic, în ziarul „Dialog Studențesc Brâncovenesc”.

1. *Dialog Studențesc Brâncovenesc: Spuneți-ne câteva lucruri despre dvs. Dacă ar trebui să vă prezentați unui amfiteatru în care ar fi colegii dvs. care nu vă cunosc, ce le-ați spune?*

Gabriela Huțanu: Consider că sunt o persoană atipică, termen care necesită a se interpreta raportat la uzanțe și nu la noțiunea generală și abstractă a normalității. Iubesc viața și acționez în consecință, mă dedic ei și ea se dedică mie. Urmăresc împlinirea mea ca om, în înțelesul de ființă rațională.

Colegilor mei le-aș sugera să-și stabilească țeluri. Fericirea este, într-adevăr, scopul vieții, asociată idealului sau perfecțiunii, însă presupune o definire atât de individuală, încât să permită determinarea și atingerea ei.

Infatuarea poate avea ca bază justificabilă numai inteligența. Asta face diferența dintre cei mai buni și ceilalți. Vă rog să interpretați cuvintele mele sub forma unei „instigări” la superlativ. Nu vă temeți de hiperbolic doar pentru că alții clasifică actele

dumneavoastră așa! Acționați în sens democratic, sunteți liberi să gândiți, să spuneți, să faceți.

2. *DSB: Ce v-a determinat să optați pentru Universitatea „Constantin Brâncoveanu”?*

G.H.: Universitatea „Constantin Brâncoveanu” presupune un etalon ce descrie cel mai bine relația dintre școală și student. Am căutat altceva și am găsit. Universitatea „Constantin Brâncoveanu” cunoaște și aplică sintagma „respectul se câștigă, nu se achiziționează”. De asemenea, am găsit aici un raport echitabil între preț și calitate, burse stimulante și alte beneficii.

3. *DSB: Cum apreciați specializarea aleasă și mediul universitar de la UCB?*

G.H.: Am optat pentru specializarea Drept, căutând putere, în condițiile unei încălcări masive a principiului separației puterilor în stat, căutând schimbare într-un sistem obosit de tranziție și bolnav, parcă, de democrație excesivă. Mi-am propus, ca orice student la Drept, să aduc societății virtuți care se pierd: onestitate, sinceritate și alte valori proprii justițiarului. Am întâlnit în Universitatea „Constantin Brâncoveanu” un raport perfect între libertate și constrângere. Apreciez deschiderea, colaborarea și implicarea acestora în relația universitate-student și nu numai.

4. *DSB: Ce planuri aveți pentru următorii cinci ani?*

G.H.: Următorii cinci ani sunt dedicați progresului

continuu. Pe lângă continuarea studiilor, îmi voi gestiona timpul în vederea îndeplinirii unor condiții care se impun pentru obținerea calității de lichidator judiciar. De asemenea, îmi propun ca, în viitorul apropiat, să intru în politică și să reușesc realizarea unor obiective necesare și nu doar utile statului pe care îl compun, respectiv să îl ajut să progreseze.

5. *DSB: Ce le-ați spune unor elevi care termină acum clasa a XII-a despre Universitatea „Constantin Brâncoveanu”?*

G.H.: Îi sfătuiesc pe elevii claselor a XII-a să accepte provocarea unei noi etape, frumoase, unice, dar și dificile. În Universitatea „Constantin Brâncoveanu” veți avea ocazia să vă perfecționați, să vă evidențiați și să definiți vocația de leader, jurist, economist. Dați un sens inteligenței! Vă provoc la mai mult și la cel mai bun - adică Universitatea „Constantin Brâncoveanu”!



Personal Branding



tine ca individ și ca profesionist.

De ce să îți construiești un brand personal? Pentru că îți consolidează imaginea pe care vrei să o transmiți, pentru că tu controlezi ce apare despre tine și ce se vorbește despre tine și pentru că strategia aceasta îți aduce bani. Iată etapele pe care trebuie să le parcurgi în procesul de construire a brandului personal:

Descoperă-ți brandul!

Dacă încă nu știi, descoperă care îți sunt pasiunile și ce vrei să faci cu viața ta. Definește nișa de public căreia vrei să i te adresezi, vezi care îți sunt competitorii și cum poți să îți creezi un loc alături de ei.

Construiește-ți brandul! Odată ce ai clarificat elementele de mai sus, este necesar să aplici Personal Branding Toolkit, adică trusa de instrumente pentru construirea brandului personal. Aceasta cuprinde:

1. Business Card.

Creează-ți un cont separat și fă-ți o carte de credit care să conțină chipul tău, funcția și semnătura.

2. Portofoliu.

CV-ul este elementar, însă, pentru a dovedi

profesionalismul tău într-un domeniu, construiește-ți un portofoliu virtual, care să conțină activitățile importante.

3. Blog/ website.

Poți să scrii materiale despre domeniul tău de interes, să apari în motorul Google și să construiești dialoguri pe diferite teme de interes. Networking-ul contează.

4. Profil de Facebook, LinkedIn, Twitter.

Acestea sunt cele mai importante rețele de socializare prin intermediul cărora te faci cunoscut și îți promvezi munca.

5. Garderoba.

Dacă vrei să îți construiești o imagine profesionistă, atunci trebuie să arăți ca un profesionist, iar hainele spun despre tine mai multe lucruri decât ai crede.

Toate acestea sunt cele mai importante tactici pentru a-ți construi un brand personal puternic. Pe lângă ele, mai ai nevoie de perseverență, determinare și relații apropiate cu oamenii. Pe termen lung, personal brandingul este cea mai profitabilă investiție.

Adriana Cocîrță