

DIALOG

studentesc brâncovenesc

JOI // 29 NOIEMBRIE 2012 // ANUL IX // NR. 590 // www.univcb.ro // dsb@univcb.ro



Miercuri, 21 noiembrie, la Universitatea Constantin Brâncoveanu, a avut loc un seminar deosebit, care a marcat Ziua Internațională a Televiziunii.

Pagina 2



Coaching - ul se referă la a ajuta, în mod practic, o persoană în rezolvarea unei situații dificile cu care se confruntă.

Pagina 3



Balul Bobocilor de anul acesta va avea loc miercuri, 19 decembrie. Vă așteptăm!

Pagina 4

Prof.univ.dr. Radu Pârvu, autorul primei traduceri integrale în limba română a capodoperei lui Schopenhauer, „Lumea ca voință și reprezentare”



Sursa foto: <http://www.facebook.com/LibrariaHumanitasDeLaCismigiu>

Sâmbătă, 24 noiembrie 2012, la Târgul de Carte Gaudeamus, Editura Humanitas a lansat cele două volume ale capodoperei lui Arthur Schopenhauer, „Lumea ca voință și reprezentare”, în traducere integrală realizată de prof. univ. dr. Radu-Gabriel Pârvu, decanul Facultății de Științe Juridice, Administrative și ale Comunicării de la Universitatea Constantin Brâncoveanu. Lucrarea - la a cărei traducere s-a lucrat șapte ani - are 1400 de pagini, o ținută grafică impresionantă și un nucleu de promotori care alcătuiesc elita filozofiei din România: Gabriel Liiceanu, Horia Roman Patapievici, Dan C. Mihăilescu și Cătălin Cioabă.

Prof. univ. dr. Radu Pârvu a absolvit Universitatea „Al. Ioan Cuza” din Iași, Facultatea de Filologie și masteratul în filozofie în cadrul Universității București, Facultatea de Filozofie. Are specializări în filozofie la Universitățile “Friedrich Wilhelm” din Bonn și “Ruhr” din Bochum, specializare în germanistică la Facultatea Tehnică “Otto von Guericke” din Magdeburg și specializare în pedagogie la Institutul pentru Științe ale Educației - Universitatea din Viena. Este doctor în filozofie Magna Cum Laude al Universității București. A publicat 30 de volume, ca autor, coautor, traducător, îngrijitor de ediții. Este membru al Societății Internaționale Schelling (Germania), membru al Societății Germaniştilor din România; responsabil pentru ediția Operelor complete ale lui Kafka la Editura RAO; deținător al unor distincții conferite de diferite foruri internaționale, naționale și locale; membru în mai multe consilii științifice și redacționale; autor al unor traduceri de referință din Kant, Schelling, Fichte, Hegel, Schopenhauer, Dilthey, Scheler, Kafka etc.

Cartea cărților de filozofie

Gabriel Liiceanu, filosof, traducător și eseist
„Nu știu câtă lume va tremura cum tremur eu în fața acestor două cărți. Pe ele scrie Schopenhauer, *Lumea ca voință și reprezentare*. Această lucrare reprezintă cartea prin care filozofia modernă a intrat în cultura Europei, poarta prin care românii au asimilat gândirea filozofiei moderne. Pentru această carte, care nu a apărut niciodată în limba română și care are 1400 de pagini, ediție impresionantă, Radu Gabriel Pârvu, profesor de filozofie și traducător reputat de la Pitești, a lucrat șapte ani de zile. Aprope de lucrurile actuale și inactuale, pentru mine, o asemenea faptă este mult mai importantă decât orice altceva.”

(Sursa: TVR Plus, Ora de știri, 12 noiembrie 2012)

Horia Roman Patapievici, fizician și eseist

„Cartea pe care acum, grație lui Radu Gabriel Pârvu, o avem în limba română, este una dintre cărțile care a influențat cel mai mult cultura română. De ce a fost atât de important Arthur Schopenhauer în cultura română? Pentru că oamenii care au creat cultura românească modernă, care i-au dat osatura de gândire, care i-au dat forma de expresie și care au dat și orizontul ei de aspirație, au fost masiv influențați de Arthur Schopenhauer. Și mă refer aici la cele două personalități importante pentru cultura română: Mihai Eminescu și Titu Maiorescu.”

Dan C. Mihăilescu, critic și istoric literar

„Dacă veți fi de acord că ființa românească este caragială - eminesciană, trebuie să fiți de acord că Schopenhauer este vital pentru noi, pentru că Eminescu nu recunoștea decât trei puncte care făceau planul în spațiu al ființei lui: Shakespeare, Schopenhauer și dragostea, cel de al treilea factor formator al firii lui. Și Caragiale și Eminescu îl au într-un fel înăuntrul lor pe Schopenhauer.”

Cătălin Cioabă, filozof, traducător, redactorul cărții

„Lumea ca voință și reprezentare este fără îndoială, pentru cultura română modernă, cartea cărților de filozofie. Nu numai prin Eminescu, ci și prin filozofii de profesie, ea ne-a mijlocit contactul cu întreg idealismul german ce începe cu Kant. Iată că a venit momentul ca această carte să apară, pentru prima oară, într-o traducere românească integrală. Autorul său, Radu Gabriel Pârvu, a muncit șapte ani la ea și cred că nu noi am așteptat timp de 200 de ani această carte, ci ea și-a așteptat acest traducător, care a reușit din plin să ni-l traducă nu numai pe filozoful Schopenhauer, ci și pe scriitorul Schopenhauer.”

(Extrase din discursurile de la lansarea volumelor, Târgul de Carte Gaudeamus, 24 noiembrie 2012)

Adăugăm cuvintelor de mai sus mândria și bucuria de a-l avea pe profesorul Radu Pârvu coleg și mentor la Universitatea Constantin Brâncoveanu din Pitești.

Coaching - ul într-o nouă perspectivă

Tony Stoltzfus, un coach american, definește această profesie ca fiind practicarea disciplinei de a crede în oameni pentru a-i încuraja să se schimbe. Gary Collins, însă, apreciază coach-ingul ca fiind arta și practica de a ghida o persoană sau un grup din locul în care se află spre optimizarea competențelor și împlinirea dorințelor sale.

Coaching-ul implică lucrul în echipă: coacher-clientul 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, bazate pe nevoile sale, să acționeze în direcția atingerii obiectivelor propuse, să reflecteze în permanență asupra acțiunilor întreprinse și să ofere un feedback 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, diagnostice, planuri de tratament, ascultare activă, clarificarea valorilor.

De ce să angajezi un coach

Deși nu este o practică foarte des întâlnită în România aceea de a angaja un coach personal sau unul pentru organizație, în ultimul timp, am observat o mai mare deschidere a oamenilor în legătură cu ceea ce înseamnă procesul de coach-ing, unele persoane chiar apelând la câțiva mai cunoscuți pentru a optimiza managementul timpului, prioritizarea activităților sau altele asemenea lor.

Chiar dacă nu sunt foarte cunoscute, există o lungă serie de beneficii ale acestor tipuri de servicii. Primul beneficiu este acela că persoana pe care o angajezi drept coach te ajută să îți împlinești viața, să o transformi în ceea ce vrei să fie sau cum vrei să arate. Al doilea este un plus de claritate de care beneficiazi prin ajutorul lui. Mai mult, poți să îți consolidezi structura ta personală, să îți ridici standardele și să setezi noi limite. Următorul avantaj este acela că poți începe să acționezi cu adevărat în viața ta, nu doar să te lupți pentru supraviețuire. La fel de bine, puterea cuvintelor și a promisiunilor pe care le faci către tine sau către alte persoane este mai puternică decât își poate imagina un om, de aceea trebuie maximizată și folosită astfel încât să conducă individul către realizarea planurilor.

Crearea unui echilibru între serviciu și viața profesională este un alt motiv pentru care ar trebui să angajezi un coach. Altfel, dacă una dintre ele se află în dezechilibru, aceasta o afectează și pe cealaltă, ducând la o scădere a eficienței și la frustrare. Toate acestea

demonstrează faptul că, dacă o persoană are nevoie de elementele enumerate mai sus în viața sa dar nu le poate dobândi de una singură, atunci ar fi bine să apeleze la un coach profesionist.

Domenii de activitate pentru un coach

Literatura de specialitate a identificat mai multe domenii de activitate pentru un coach. Dintre acestea, vom aminti aici: coach-ing pentru performanță, pentru bunăstare, autocoach-ing, coach-ing unu-la-unu, de grup, organizațional, de afaceri, în carieră.

Pentru a le detalia, vom începe cu cel pentru performanță. Acesta urmărește să optimizeze performanța unei persoane, a unui grup, a unui proiect sau a unei organizații, pentru a atinge scopurile propuse. De asemenea, rolul lui este de a identifica rădăcina unor probleme care apar legate de performanța în organizație și de a le rezolva astfel încât să nu mai apară în alte cazuri.

Coach-ingul pentru bunăstarea individuală se axează pe îmbunătățirea calității vieții și pe ajutarea individului pe drumul său spre dezvoltarea personală și profesională, cum ar fi îmbunătățirea sănătății, obținerea unui grad mai ridicat de satisfacție etc.

Autocoach - ingul are loc atunci când se dorește o schimbare pe termen lung, acesta fiind o capacitate extrem de valoroasă pentru o persoană. A fi propriul tău coach înseamnă a avea capacitatea de a te privi detașat, de a-ți stabili scopuri realizabile și de a te îndrepta cu hotărâre spre ele. Acesta reduce conflictele interioare, cum ar fi anxietatea, depresia, panica și elimină senzația de insecuritate și control, astfel individul putând să afle exact care sunt dorințele lui și capacitățile reale de a le împlini.

Coach-ingul unu-la-unu este cel mai cunoscut tip și cel care îi vine în minte oricui atunci când aude acest cuvânt. El depinde foarte mult de persoana care beneficiază de acțiune și se poate transforma, de multe ori, în terapie.

Coach-ingul de grup se poate manifesta în mai multe feluri: fie că un coach lucrează cu fiecare persoană în parte, fie lucrează cu tot grupul în același timp, prin exerciții specifice. În unele companii se mai numește și team building.

Cel organizațional are ca scop principal creșterea productivității în companie, iar scopurile lui trebuie să se afle în aliniere cu cele de business. Un coach pentru afaceri are drept obiectiv general să ofere CEO-ului sau top managementului consiliere specializată pe anumite domenii: planning, resurse financiare, marketing,

comunicare etc.

Coach-ingul în carieră îi ajută pe oameni să afle care este vocația lor, misiunea lor pentru care au fost creați. De asemenea, îi ajută să își planifice pașii de urmat în carieră, obținerea satisfacției la job și, câteodată, să își schimbe domeniul de activitate, dacă cel urmat până la un punct se dovedește a fi nesatisfăcător.

Caracteristicile unui coach

Pentru a practica această meserie, o persoană trebuie să aibă câteva trăsături specifice. Printre ele se numără: asertivitate, inteligență emoțională, o profundă înțelegere a sinelui ca instrument de schimbare, încredere în sine, managementul stresului și al timpului, autenticitate, empatie, reflexivitate, ascultare, abilități de comunicare scrisă și orală, managementul conflictului, capacitatea de a se descurca în orice împrejurare cu personalități dificile și de a aprecia diversitatea.

Evaluare

Ca orice proces, și acesta poate fi evaluat, iar cea mai bună metodă de a face acest lucru este aplicând metoda ROI (Return on Investment). Ea se calculează prin niște algoritmi specifici, fiind diferită de la o companie la alta. Desigur, se poate face și o monitorizare periodică, pe tot parcursul coach-ingului pentru a verifica dacă obiectivele specifice s-au atins, iar la final, dacă obiectivul general este îndeplinit.

Dacă îți dorești să devii un coach autorizat, atunci nu trebuie decât să te supui unei introspecții pentru a vedea în ce măsură deții toate trăsăturile enumerate mai sus, ai nevoie să urmezi câteva cursuri de specialitate și apoi trebuie să le demonstrezi oamenilor că ești dispus să le oferi din ceea ce știi și din ceea ce ești. Doar dacă oferta ta este adevărată și completă vrei putea să îți dezvolti o carieră în coach-ing. Așadar, succes!

Adriana Cocirță



Ziua Mondială a filozofiei sărbătorită la UCB

UCB a găzduit sâmbătă, 17 noiembrie, proiectul educativ „Ziua Mondială a filozofiei, 2012”, care a avut drept motto cuvintele lui Giordano Bruno: „Prin intermediul filozofiei renaștem, murind în fața lucrurilor comune.”

Obiectivele acestuia au fost: formarea și dezvoltarea abilităților de comunicare ale elevilor; realizarea unor schimburi de idei între elevii din diferite unități de învățământ; implicarea elevilor în promovarea valorilor etice, culturale și artistice; formarea unei conduite participative la munca în echipă; intensificarea spiritului de competiție și fair-play între elevi. Activitățile desfășurate în cadrul evenimentului au fost: sesiunea interjudețeană de referate și comunicări științifice - „Filosofia contemporană și educația”; spectacolul literar - muzical - coregrafic, având ca temă: „Filosofia în veșmânt de sărbătoare, în anotimpul rodului bogat”; expoziția de carte filosofică și reviste școlare de filosofie sub genericul: „Omagiu filozofiei - ediția a XI-a”; lansarea numărului 9 al revistei cu același titlu, editată de către Editura ziarului „Esențial”; prezentarea unor elevi, studenți, personalități cu realizări importante și performanțe din cele două județe; oferirea de premii celor implicați în activitate.

Din rândul participanților au făcut parte: Asociația „Inima Vârștelor”, colegii naționale, licee teoretice și tehnologice, Școala Populară de Arte și școli gimnaziale din județ; Facultatea de Educație Fizică și Sport, Facultatea de Științe ale Educației și Facultatea de Științe Socio - Umane ale Universității din Pitești, Palatul Copiilor din Pitești și din Râmnicu Vâlcea, CTF Găvana și Valea Mare și Colegiul Psihologilor, filiala Argeș.

Coordonatorii activității au fost: Inspectoratele Școlare Argeș și Vâlcea, Consiliul Județean Argeș și Primăria Municipiului Pitești.

La categoria sponsorilor au intrat: Editura TIPARG, Hotel Ramada Pitești, SC. Avon Cosmetics, ziarul „Esențial”, Florăria „Crizantema de Aur”, Librăria „Mihai Eminescu”, Bijuteria Teilor, SC. „Silva Fitness”. Printre partenerii media ai evenimentului s-au numărat: Radio România Actualități, Muscel TV, Antena 1 Pitești, ziarul „Argeșul” și ziarul „Esențial”.

Adriana Cocirță

Comunicarea de criză în PR

Dacă în articolele trecute am clarificat ce înseamnă comunicarea pentru o companie, acum ne vom opri la situațiile de criză cu care se poate confrunta o organizație în orice moment.

Pentru a înțelege mai bine despre ce situație este vorba, vom începe discuția de la substantivul „criză”. În acest context, criza se referă la acele evenimente care amenință în mod grav funcționarea unei organizații. De obicei, o criză apare pe neașteptate și are consecințe dificil de apreciat. Diminuarea efectelor ține, în principal, de reacția departamentului de comunicare și, implicit, de reacția conducerii companiei. Cele mai recente situații de criză ar fi: furtul de date Playstation de la Sony, scufundarea platformei petroliere BP în Golful Mexic și multe altele.

Departamentul de comunicare are datoria de a fi mereu pregătit și instruit cum să reacționeze la momentul oportun. Pe lângă stabilirea celei de criză, formată din diferiți specialiști care conlucrează pentru rezolvarea situației, a purtătorului de cuvânt și a celui mai rapid mod de remediare a situației, relația cu mass-media este un element definitoriu. Ea poate diminua gravitatea situației în ochii publicului sau o poate crește amețitor.

În timpul desfășurării crizei, informațiile către presă trebuie să fie prompte, adevărate, transparente și detaliate. Dacă un jurnalist simte că nu i se spune tot sau că adevărul este cosmetizat, se va apuca să investigheze situația și să scoată la lumină niște lucruri nu tocmai avantajoase pentru companie. Pe de altă parte, dacă primește răspunsuri corecte și complete la întrebările sale, atunci evenimentul va fi prezentat cititorilor așa cum este. Nu vă doriți ca oamenii din presă să umple golurile din comunicarea voastră...

Scopul acestor practici este de a proteja cât mai mult imaginea și reputația companiei. Odată ce acestea sunt afectate, va fi nevoie de mult efort pentru a le remedia. Dacă departamentul de comunicare este depășit de situație, compania poate apela la un specialist în PR sau la o agenție de PR pentru a primi ajutor specializat astfel încât efectele crizei să fie cât mai puțin grave.

Adriana Cocirță

Pune-ți **amprenta**
pe viitor!



Stagii Drive Your Future
APRILIE - Iunie 2013

Grup Renault România

**Stagii de practică oferite de
Grupul Renault studenților
Universității Constantin Brâncoveanu**

Drive Your Future 2013

Grupul Renault România pune la dispoziția studenților din anii III și IV la nivel de licență și a masteranzilor posibilitatea de a efectua stagii de practică în perioada aprilie – iunie 2013, în unul din următoarele domenii :

- * inginerie;
- * logistică;
- * traduceri;
- * organizare de evenimente;
- * statistică;
- * IT;
- * marketing.

DRIVE THE CHANGE 

Studenții care vor participa vor avea șansa de a se familiariza cu industria auto și cu o gama variată de activități, de a-și realiza proiectele de licență sau disertație într-un mediu orientat spre performanță și de a-și îmbunătăți competențele personale și lingvistice. Toți stagiarii «*Drive Your Future 2013*» vor beneficia de bursă lunară, masă de prânz, transport și cazare, după caz.

Cei interesați pot să acceseze site-urile: <http://www.univcb.ro/p-56-stagii.de.practica.html> și www.daciagroup.com, să descarce formularul de participare și să îl expedieze la adresa DriveYourFuture@renault.com, nu mai târziu de 30 noiembrie 2012. Doar persoanele selectate pentru interviu vor fi contactate.

Balul Bobocilor 2012



Miss & Mister

Miercuri, 19 Decembrie 2012