

## A TANTÁRGY ADATLAPJA

### 1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, közkapcsolatok és reklám intézet
1.4 Szakterület	Kommunikáció
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	<b>Személyi menedzsment</b> (Personal Branding)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	drd. B. Krippán Kinga, <a href="mailto:krippan.kinga@fspac.ro">krippan.kinga@fspac.ro</a>						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	drd. B. Krippán Kinga, <a href="mailto:krippan.kinga@fspac.ro">krippan.kinga@fspac.ro</a>						
2.4 Tanulmányi év	III	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DF

### 3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszámja)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	48	melyből: 3.5 előadás	24	3.6 szeminárium/labor	24
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					24
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					7
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					24
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					2
Vizsgák					2
Más tevékenységek: .....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	59				
3.8 A félév össz-óraszám	125				
3.9 Kreditszám	5				

### 4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> <li>nincsenek</li> </ul>
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> <li>pszichológiai alapismeretek, önismeret; (Bevezetés a pszichológiába, Önismeret)</li> <li>online PR, közösségi oldalak kezelési elvének ismerte; PR alapfogalmak (Online PR, Közkapcsolatok)</li> </ul>

### 5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Helyszíni feltételek: vetítővel és írótablával felszerelt helyiség;</li> <li>az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása;</li> <li>a személyes eszközök (telefon, laptop) használata csak az oktatási folyamat elősegítésének céljával engedélyezett (jegyzetelés, információkeresés, online platformok elérése, archiválás, online csapatmunka stb.);</li> <li>kép- és hangfelvétel készítése a GDPR szabályozások értelmében tilos.</li> </ul>
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> <li>A szeminárium sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatokat és a határidőket, illetve a kötelező szakirodalmi olvasmányokat az első szeminárium alkalmával a hallgatók és a tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév végéig kötelező érvényűek maradnak;</li> <li>a szeminárium sikeres zárásához kötelező az önálló munkák leadása és bemutatása határidőre;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a félév során leadott munkáknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és utóvizsgán való részvétel jogát, illetve a kari és egyetemi szabályoknak megfelelő eljárás indul. Erre vonatkozó szabályozások:  <a href="https://www.umftgm.ro/fileadmin/legislatie/Legea_206-2004_buna_counduita_cercetare.pdf">https://www.umftgm.ro/fileadmin/legislatie/Legea_206-2004_buna_counduita_cercetare.pdf</a>  <a href="http://fspac.ubbcluj.ro/resurse/formulare-regulamente/reguli-etice-si-deontologice/">http://fspac.ubbcluj.ro/resurse/formulare-regulamente/reguli-etice-si-deontologice/</a></li> <li>• a szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: 12 pontos Times New Roman, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, egyes vagy másfeles sorköz. Az állomány címének tartalmaznia kell ékezetek nélkül a szerző nevét, a feladat témáját vagy tartalmát és az elkészítés vagy leadás dátumát (pl. Csaladnev_keresztnev_KompetenciaTeszt_20190301);</li> <li>• a önálló munkák leadása emailen elküldve vagy online platformra feltöltve történik (doc, xls, pdf, ppt, prezi vagy videó-állományként)</li> </ul>
--	--

## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

<b>Szakmai kompetenciák</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C1. A Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása;</li> <li>• C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is;</li> <li>• C3. Személyi menedzsment stratégia felépítése és kitalálása;</li> <li>• C4. Közszereplésre való felkészítés.</li> </ul>
<b>Transzverzális kompetenciák</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés;</li> <li>• CT3 Az egyéni szakmai fejlődés tényszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében;</li> </ul>

## 7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<p>A féléves tárgy célja a diákokkal megismertetni a personal branding alapjait, a branding és menedzsment folyamatát és technikáit, illetve az énmárkázás elemzési módszereit. Az <b>előadások</b> a personal branding és a hozzá kötődő készségfejlesztési elméleteket tárgyalják (branding, önismeret, személyiség típusok, storytelling, motiváció, pozicionálás), míg a <b>szemináriumok</b> segítik a releváns szakirodalmi vonatkozások elsajátítását, feldolgozását és megértését, illetve foglalkoznak az elméletek gyakorlati felhasználhatóságával.</p>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Az előadások elsődleges célja az énmárkázás ismeretek megalapozása, amelyre további tantárgyak és szakirány tananyagai épülhetnek majd;</li> <li>• a szemináriumok célja a gyakorlatoztatás és a csoportmunka, a részvételi- és élménypedagógia módszereivel elsajátítani a személyi menedzsment módszereit;</li> <li>• a csoportos feladatok célja a közös gondolkodás, a csoportmunka gyakorlása, míg a bemutatók a prezentációs készségeket fejlesztik;</li> <li>• a különböző munkamódszerek elsajátítása érdekében sor kerül egyéni és kiscsoportos kreatív munkára, helyzetelemzésre, esettanulmány-olddásra bemutatókra és interaktív kommunikációs gyakorlatokra.</li> </ul>

## 8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. <u>Bevezetés – PR és Branding alapok</u> Bevezetés, alapfogalmak.	Vetített, interaktív bemutató.	A félév és az önálló munkák megbeszélése, modellek bemutatása.
2. <u>Önismeret, archetípusok, kompetencia teszt</u> Önismereti alapok, önismereti tesztek, személyiség tesztek Pszichológiai alapfogalmak	Vetített, interaktív bemutató.	
3. <u>Célkövetés, Személyi fejlődési tervek, kompetenciák</u> Hogyan tehetjük kedvezőbbé mások rólunk szóló véleményét? Hogyan építhetünk kiváló kapcsolatokat?		<u>Önálló munka:</u> Kompetencia teszt
4. <u>Önéletrajz készítés, motivációs levél készítés, portfólió</u> Hogyan készítünk jó önéletrajzt? A motivációs levél készítés szabályai A személyi portfólió összeállítása	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány.	<u>Önálló munka</u> Europass CV – 3 nyelven. Motivációs levél Kreatív CV
5. <u>Első benyomás + Stílus és megjelenés</u> Stílus ágazatok Személyes stílus elemzés Első benyomást befolyásoló tényezők	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány.	<u>Önálló munka</u> <u>Stílus tábla készítés</u>
6. <u>Online branding, LinkedIn profil</u> Online arculat, online selfbranding. Csatornák használata. Üzenetek. LinkedIn	Vetített, interaktív bemutató.	<u>Önálló munka</u> <u>LinkedIn profil és elemzés</u> <u>Online arculat elemzés</u>
7. <u>Storytelling</u> Történetmesélési technikák. Nyilvános beszéd fejlesztés és önbizalom növelés.	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány.	<u>Önálló munka</u> Storytelling technikák felhasználásával, bemutatkozó készítése.
8. <u>Motiváció.</u> Motiváció 2.0. Motiváció 3.0	Vetített, interaktív bemutató.	
9. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u> Hogyan építhetjük fel személyes márkánkat?	Vetített, interaktív bemutató, esettanulmány	
10. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u> Hogyan növelhetjük ismertségünket az internet segítségével?	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány;	
11. <u>Esettanulmány – személyi márkázás</u>	Vetített, interaktív bemutató; esettanulmány;	
12. <u>Pozicionálás, networking</u> Pozicionálás folyamata. Versenyelőnyök meghatározása. Szakmai networking. Network építési technikák.	Vetített, interaktív bemutató.	

13. <u>Összegzés</u> Tanulás technikák. Önfejlesztés.	Vetített, interaktív bemutató.	
<p><b>Könyvészet: kötelező vizsgaanyag</b></p> <p>BROCHAND, Bernand – LENDREIVE, Jacques: <i>A reklám alapkönyve. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Marketing sorozat 2004. IV/4</i></p> <p>CHEN, Chih-Ping: <i>Exploring Personal Branding on YouTube</i>, November 2013 Journal of Internet Commerce 12(4):332-347</p> <p>DEMARAIS, Ann – WHITE, Valeri: <i>Első benyomás</i>, HVG Könyvek, Budapest, 2008, 193-223p</p> <p>GALLO, Carmine: <i>Storytelling</i>, HVG Kiadó, Budapest, 2016, 305-311. p.</p> <p>GANDER, Michelle: <i>Managing your personal brand</i>, July 2014, Perspectives 18(3)</p> <p>HEALEY, Mattew: <i>Mi a branding</i>, Scholar Kiadó, Budapest 2008. 6-32p.</p> <p>KÁDÁR, Magor: <i>Nonverbális kommunikáció. Csatornák, jelek, jelolvasás</i>. Kriterion Kiadó Kolozsvár, 2011. 53-74p.</p> <p>LABRECQUEA, L.I., MARKOSB E. MILNE, G.R.: <i>Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications</i>, Journal of Interactive Marketing, Volume 25, Issue 1, February 2011, Pages 37-50</p> <p>LÁSZLÓ, Móni: <i>Lehetsz kivételes - Az énmárkaépítés alapjai</i>. Kossuth Kiadó, 2015</p> <p>NÉMETH, Erzsébet: <i>Közszereplés - A társadalmi szintű kommunikáció kézikönyve</i> Osiris Kiadó, Budapest, 2006 – 116-130.p, 133-139.p, 272-282p.</p> <p>PAPP-VÁRY, Árpád: <i>Mágikus márkázás - Beckham - Hogyan lett egy futballistából globális márka?</i> Századvég Kiadó, 2009</p> <p>PINK, H. Daniel: <i>Motiváció 3.0</i>. HVG Kiadó, Budapest, 2009, 27 – 48. p</p> <p>PURKISS, John- ROYSTON-LEE, David: <i>Énmárka</i>, HVG Kiadó, Budapest, 2015.</p>		

<p><b>Könyvészet: kiegészítő irodalom</b></p> <p>ARIELY Dan: <i>Motiváció Mi hajt, ösztönöz, lelkesít minket valójában?</i> HVK Könyvek, Budapest 2017</p> <p>AAKLER, David A.: <i>Building Strong Brands</i>. Simon &amp; Schuster UK Ltd, 2002 (1st edition), Pocket Books, London, 2010. 1-23p, 68-103p.</p> <p>HARGREAVES, Gerard: <i>Stresszkezelés</i>, Scholar Kiadó, Budapest, 2011.</p> <p>RAMBERSAD, Hubert K.: <i>Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand</i>, Information Age Publishing; Illustrated Edition (May 1, 2009)</p> <p>MONTOYA, Peter: <i>The Personal Branding Phenomenon</i>, Peter Montoya Incorporated, 2002.</p>		
--	--	--

**9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.**

- A tárgy tartalma összhangban van más nemzetközi felsőoktatási intézményekben oktatott tárgyakkal.
- A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek és karrierközpontok ajánlásait, az alkalmazó szervezetek elvárásait, illetve a piaci változásokat. Az esettanulmányok és a csoportos feladatok célja kapcsolatba kerülni a szakmai szervezetekkel, valós piaci- és élethelyzetekkel találkozni.
- A visszajelzés a szakmai szervezetek részéről pozitív, értékelik a tárgy során elsajátított tudást és kompetenciákat.
- A jogi és etikai vonzatok összhangban vannak az érvényes romániai törvényi rendelkezésekkel, a tárgyalások etikája és a kapcsolatok kezelése pedig a szakmai (kommunikáció, média, gazdasági és jogi) szervezetek kódexeinek szempontjait is figyelembe veszi.

**10. Értékelés**

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.1. Szemináriumi tevékenységek	<ul style="list-style-type: none"><li>• Szakirodalom olvasása, bemutatása, aktivitás</li></ul>		16%
10.2. Félév alatti gyakorlati tevékenységek	<ul style="list-style-type: none"><li>• Önálló munkák</li><li>• Bemutatók</li><li>• Elemzések</li></ul>		44%
10.3. Félévzáró vizsga	<ul style="list-style-type: none"><li>• Írásbeli vizsga</li></ul>		40%
<b>10.4 A teljesítmény minimumkövetelményei</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• A személyi menedzsment alapfogalmainak, elveinek, módszereinek, eszközeinek alapos elméleti és gyakorlati ismerete;</li><li>• a szemináriumi részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70%, melynek teljesítése a vizsga és utóvizsga feltétele;</li><li>• a vizsga minden próbáján az átmenő 50% elérése.</li></ul>			

Kitöltés dátuma  
2020. 09. 20.

Előadás felelőse  
drd. Krippán Kinga



Szeminárium felelőse  
drd. Krippán Kinga



Az intézeti jóváhagyás dátuma  
2020. 09. 20.

Intézetigazgató  
dr. habil. Hосу Ioan, egy. előadótanár