

Conf. Univ. Dr. MARIANA IANCU



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDEPT
OPFOSDRU



Asociația
Tinerilor Fermieri

“Investește în oameni”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 “Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

Universitatea BIOTERRA din București

GHID DE CONSILIERE A CARIEREI STUDENȚILOR

București, 2014

**Tehnoredactare: MARIANA IANCU
ALINA ȚUCHEL**

Coperta: ALINA ȚUCHEL



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT
OPORDRU



Asociația
Tânărul Femier

"Investește în oameni"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 “Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

CAPITOLUL 1.

INTRODUCERE. PREZENTAREA INSTITUȚIEI DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR "UNIVERSITATEA BIOTERRA DIN BUCUREȘTI"

Competențele profesionale ale studenților și piața muncii

1.1. Prezentarea instituției de învățământ superior "UNIVERSITATEA BIOTERRA DIN BUCUREȘTI"

Universitatea Bioterra din București este o instituție de învățământ superior relativ tânără, la început fiind componentă a Fundației Universitare Bioterra București, care a luat ființă în urma inițiativei unor personalități marcante ale vieții didactice și științifice din domeniul bioingineriei aplicate, ingineriei economice, turismului rural, industriei alimentare, controlului fitosanitar și zooveterinar al alimentelor, dreptului și legislației, OMUL FONDATOR PRIMORDIAL FIIND DOMNUL PROF. UNIV. DR. ION NICOLAE, MEMBRU TITULAR AL ACADEMIEI OAMENILOR DE ȘTIINȚĂ, care a depus extraordinar de mult suflet, energie, care

s-a dedicat cu toată știința, munca și priceperea Domniei Sale.

În anul 2002, după parcurgerea tuturor etapelor de acreditare, **Universitatea Bioterra** din București a fost **acreditată prin Legea 480/2002**, publicată în Monitorul Oficial al României nr.512 din data de 17 iulie 2002. Conform art. I al acestei legi, Universitatea Bioterra din București este: **„Instituție de învățământ superior, persoană juridică de drept privat și de utilitate publică, parte a sistemului național de învățământ”**, cu sediul în București, str. Gârlei, nr. 81, sector 1.

În structura Universității Bioterra din București sunt cuprinse conform prevederilor din legea de înființare și conform **H.G. nr. 707/2012** M.O.R. partea I, nr. 525/30 iulie 2012, următoarele specializări acreditate:

- **Facultatea de Management Agroturistic** acreditată în anul 2002 o dată cu promulgarea legii 480/2002, cu specializarea **Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism**, în domeniul de licență **Inginerie și management**, având durata de studii de 4 ani la cursuri de zi și fără frecvență, respectiv 240 credite și reacreditată în 2011 având durata de studii de 4 ani la învățământ cu frecvență și cu frecvență redusă, respectiv 240 credite;

- **Facultatea de Ingineria Produselor Alimentare** acreditată în anul 2005 de C.N.E.A.A., cu specializarea **Ingineria Produselor Alimentare**, în domeniul de licență **Ingineria produselor alimentare**, având durata de studii de 4 ani la cursuri de zi, respectiv 240 credite și reacreditată în 2011 având durata de studii de 4 ani la învățământ cu frecvență, respectiv 240 credite;

- **Facultatea de Controlul și Expertiza Produselor Alimentare** acreditată în anul 2005 de C.N.E.A.A., cu

specializarea ***Controlul și Expertiza Produselor Alimentare***, în domeniul de licență ***Ingineria produselor alimentare***, având durata de studii de 4 ani la cursuri de zi și fără frecvență, respectiv 240 credite și reacreditată în 2011 având durata de studii de 4 ani la învățământ cu frecvență și cu frecvență redusă, respectiv 240 credite;

- ***Facultatea de Drept*** acreditată în anul 2005 de C.N.E.A.A., cu specializarea de ***Drept***, în domeniul de licență ***Drept***, având durata de studii de 4 ani la cursuri de zi și fără frecvență, respectiv 240 credite și reacreditată în 2011 având durata de studii de 4 ani la învățământ cu frecvență și cu frecvență redusă, respectiv 240 credite.

Universitatea Bioterra din București mai are în componență următoarele facultăți și specializări autorizate și acreditate:

- ***Facultatea de Management Agroturistic din Focșani***, jud. Vrancea, cu specializarea ***Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism - acreditată***;

- ***Facultatea de Management Agroturistic din Alexandria***, jud. Teleorman, cu specializarea ***Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism – (re)autorizată provizoriu***;

- ***Facultatea de Management Agroturistic din Slobozia***, jud. Ialomița, cu specializarea ***Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism – autorizată provizoriu***;

- ***Facultatea de Management Agroturistic din Buzău***, jud. Buzău, cu specializarea ***Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism – autorizată provizoriu***;

- ***Facultatea de Controlul și Expertiza Produselor Alimentare din Alexandria***, jud. Teleorman, cu specializarea

Controlul și Expertiza Produselor Alimentare - acreditată;

- **Facultatea de Controlul și Expertiza Produselor Alimentare din Slobozia, jud. Ialomița, cu specializarea *Controlul și Expertiza Produselor Alimentare - acreditată;***

- **Facultatea de Controlul și Expertiza Produselor Alimentare din Buzau, jud. Buzau, cu specializarea *Controlul și Expertiza Produselor Alimentare – autorizată provizoriu;***

- **Facultatea de Controlul și Expertiza Produselor Alimentare din București, cu specializarea *Protectia consumatorului și a mediului – autorizată provizoriu;***

Referitor la specializările ce funcționează în structura facultăților din Universitatea Bioterra București, trebuie precizat faptul că această universitate a fost inițiatoarea a două specializări unicate și anume: ***Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism*** și ***Controlul și Expertiza Produselor Alimentare***, specializări ce au cunoscut o recunoaștere imediată încă de la înființare în societatea civilă, prin numărul studenților înscriși, dar și prin faptul că o serie de facultăți din cadrul universităților de stat (U.S.A.M.V. București, U.S.A.M.V. Cluj-Napoca, etc.) au autorizat și desfășoară studii de licență la cele două specializări înființate de Universitatea Bioterra din București.

În 13 noiembrie 2012, în Ședința de Senat, a fost înființat **Departamentul de Specialitate cu Profil Psihopedagogic**, conform Legii Educației Naționale 1/2011, departament în cadrul căruia funcționează un laborator de cercetare didactică, se desfășoară consultații psihopedagogice și didactice, se elaborează documentații didactice, psihopedagogice și de perfecționare, se desfășoară consilierea carierei studenților prin proiectul POSDRU „Cel mai bun viitor pe piața muncii” etc.

Misiunea didactică și de cercetare a universității constă în formarea de specialiști cu profil complex care pot să utilizeze eficient și ecologic resursele naturale, materiale, financiare și umane, în tradiția specifică poporului român, cu integrarea valorilor agro-alimentare, turistice și juridice într-o concepție unitară a tuturor elementelor care concură la realizarea unor performanțe care să fie viabile atât în Comunitatea Europeană cât și pe plan intern și internațional.

Misiunea de cercetare științifică a universității constă în organizarea și desfășurarea activităților de cercetare aplicativă și fundamentală, cu obținerea de rezultate concrete în lucrări de consultanță științifică, expertize de specialitate, publicații, precum și în cadrul reuniunilor interne și internaționale, congrese, simpozioane, mese rotunde etc.

Prin structurile proprii se urmărește realizarea unei calități superioare a procesului de învățământ și a lucrărilor de cercetare, cu relevarea valențelor benefice, stimulatoare și regenerative specifice învățământului superior.

Misiunea Universității Bioterra din București este de a crea și dezvolta un mediu de învățământ și cercetare științifică pentru studenți, cadre didactice și cercetători, la standarde de excelență naționale și internaționale.

În cadrul Sistemului Național de Învățământ și în Spațiul European al Învățământului Superior, U.B.d.B. a fost evidențiată de către Consiliul Uniunii Europene ca fiind un „jucător puternic în sectorul agro-alimentar”, preocupările universității fiind axate pe agricultura tradițională, biotehnologii, biodiversitate și dezvoltare rurală ***"The private university "Bioterra" became a strong player in the agri-food sector attracting more agro-food students than state universities. Plans to better coordinate the agri-food research system are under discussions. Concerning research topics, the***

focus is mainly on traditional agricultural, biotechnology, biodiversity and rural development” Secretary-General of the European Commission, signed by Mr Jordi AYET PUIGARNAU, Director.

1.2. Competențele profesionale ale studenților și piața muncii

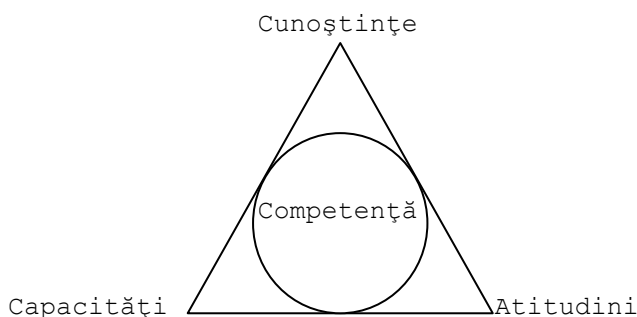
„Noi competențe pentru noi locuri de muncă: să anticipăm și să răspundem cerințelor pieței forței de muncă în materie de competențe” (Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, C.E.S.-Comitetul Economic și Social și C.R.-Comitetul Regional) este noul deziderat pentru Uniunea Europeană, în contextul gravității crizei financiare, care adaugă un grad excepțional de imprevizibilitate viitorului economiei mondiale, drept pentru care sunt absolut necesare consolidarea capitalului său uman și a capacității de integrare profesională a acestuia prin ameliorarea competențelor sale, dar și prin garantarea unei mai mari concordanțe între competențele oferite și cererea de pe piața muncii.

În concordanță cu noul deziderat al Uniunii Europene, programele de studiu din Universitatea BIOTERRA din București urmăresc promovarea specializărilor din structură, precum și a altor noi specializări cerute de piața muncii, așa cum au fost promovate specializările de Inginerie și Management în Alimentatie Publica și Agroturism, Controlul și Expertiza Produselor Alimentare și Protecția consumatorului și a mediului, care la data înființării lor erau singurele din domeniu în arealul învățământului superior românesc.

„Recomandarea Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene în „Cadru european de referință

privind competențele cheie pentru învățarea de-a lungul vieții” este ca sistemele de educație și de formare să genereze competențe noi, pentru a satisface caracteristicile noilor locuri de muncă ce ar urma să fie create, precum și pentru a îmbunătăți capacitatea de adaptare și de integrare profesională a adulților deja activi.” (Iancu M., 2011)

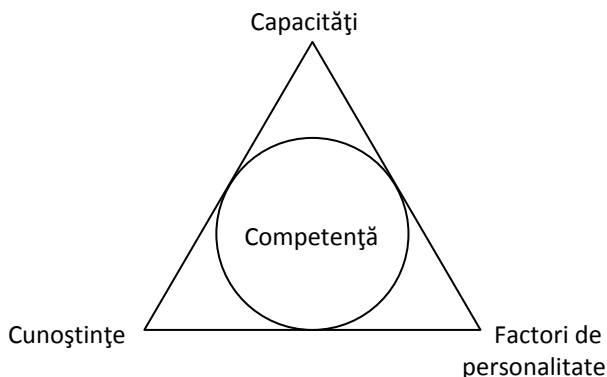
„În structura competenței se regăsesc așadar: cunoștințe (care permit „a ști”), capacități („a face”) și atitudini („a fi”).



Schema 1 Structura competenței

Competența ar fi astfel o rezultantă a celor trei elemente: cunoștințe (*Knowledge*), capacități (*skills*), atitudini (*attitude*).

Există însă și un alt tip de abordare a competenței. Ea vizează mai mult factorii pe care se întemeiază competența, și anume cunoștințele și factorii de personalitate (valori, aptitudini, atitudini ca opțiuni valorice).” (Bulzan C., Ciobanu Iancu M., Ilie R.L..)



Schema 2 *Factorii de competență*

Folosind permanent experiența valoroasă a învățământului românesc, dar ținând cont și de integrarea României în Uniunea Europeană, programele de învățământ ale Universității BIOTERRA din București sunt mereu actualizate, cu o încărcătură științifică și culturală autentică, astfel încât după parcurgerea anilor de studii, absolvenții noștri, să aibă competențele (*Schema 1, Schema 2*) necesare în domeniul de studiu parcurs, astfel încât să poată face față sistemului concurențial al economiei de piață.

Transferul de cunoștințe către societate și în slujba societății, se face astfel încât Universitatea, prin serviciile și cercetarea dedicată, să realizeze cu alte organizații parteneriate de cooperare în dezvoltarea regională.

În **Facultatea de Management Agroturistic** cu specializarea **Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism**, prin pregătirea științifică și practico-aplicativă, studenții devin specialiști competenți în domeniu, capabili să

utilizeze în mod eficient resursele naturale, financiare și umane în scopul dezvoltării rețelei de alimentație publică și agroturism moderne și eficiente, care să poată susține o activitate caracterizată printr-un management performant în acest domeniu. Prin disciplinele abordate în planul de învățământ, ca și prin practica de specialitate ce o efectuează studenții, se are în vedere punerea în valoare a resurselor turistice și agroturistice ale regiunilor țării noastre.

În cadrul **Facultății de Ingineria Produselor Alimentare** cu **specializarea Ingineria produselor alimentare**, studenții se formează ca ingineri cu o înaltă specializare în domeniul procesării și valorificării produselor alimentare, al tehnologiilor din industria alimentară, care se pot integra imediat în activitatea actualelor și viitoarelor societăți comerciale din acest domeniu, capabili să adopte în practica de producție cerințele impuse de integrarea României în U.E. Disciplinele privind obținerea „Produselor ecologice” sunt prioritare în programele de învățământ, având în vedere potențialul major pe care îl are țara noastră în acest domeniu, precum și cerințele pe piața U.E., la care trebuie să răspundem prin aderare.

Facultatea de Controlul și Expertiza Produselor Alimentare cu specializarea **Controlul și Expertiza Produselor Alimentare**, prima specializare acreditată de acest profil din învățământul universitar românesc, are ca obiectiv strategic formarea unor specialiști cu înaltă calificare profesională, care să asigure în mod competent controlul și expertizarea calității produselor alimentare din societățile de profil, pe fluxul tehnologic de la producere, depozitare până la desfacere și valorificare, în scopul asigurării siguranței alimentului și protecției consumatorilor, inclusiv în prevenirea bioterorismului alimentar și cu specializarea **Protecția**

consumatorului și a mediului, de asemenea, prima specializare acreditată de acest profil din învățământul universitar românesc în scopul formării unor specialiști în două direcții prioritare protecția consumatorului și protecția mediului.

În cadrul **Facultății de Drept** cu specializarea „**Drept**” studenții se formează ca juriști cu pregătire profesională de strictă specialitate, pe toate domeniile vieții socio-economice, care să fie competitivi la nivel intern și internațional, prezența lor fiind necesară, conform standardelor impuse de U.E. și a unui stat de drept.

Prin educarea studenților în spiritul cunoașterii, prețuirii, menținerii și dezvoltării patrimoniului național, precum și al protecției mediului înconjurător, aceștia capătă și își dezvoltă unele valori fundamentale ce țin de competența lor profesională, ceea ce se realizează și prin promovarea democrației participative și a pluralismului de opinii în rândul studenților.

Preocupările Universității BIOTERRA de a pregăti specialiști apți pentru încadrarea pe piața muncii în continuă metamorfoză, absolvenți competenți în domeniul lor de pregătire, în funcție de specializarea aleasă, sunt evidente și prin elaborarea și implementarea de proiecte cu accesare de fonduri europene prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane.

Unul dintre aceste proiecte ale Universității BIOTERRA este și proiectul „**Cel mai bun viitor pe piața muncii**” în cadrul căruia studenții participă, în principal, la: **CONSILIEREA INDIVIDUALĂ ȘI COACHING** pentru identificarea de interese și dezvoltarea de plan de carieră; **CONSILIEREA DE GRUP ȘI COACHING** pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de

leadership și lucru în echipă; stagii de pregătire practică.

Astfel, studenții își exersează competențele profesionale sau tehnice, își completează bagajul de cunoștințe științifice în domeniul de studiu, contribuindu-se la formarea competențelor cognitive, își dezvoltă mai ușor un plan de carieră, își identifică interesele și aptitudinile, își dezvoltă competențele de autoevaluare, de lucru în echipă, de comunicare, absolut necesare la locul de muncă. De asemenea, își descoperă veleități de leader, pe care le exersează și dezvoltă, învață cum să se informeze despre piața muncii, să caute și să găsească un loc de muncă, cum să pregătească instrumentele absolut necesare pentru încadrarea pe piața muncii-CV, scrisoare de intenție, interviu.

CAPITOLUL 2

COMUNICAREA UMANĂ- NECESITATE ÎN CARIERA STUDENȚILOR

2.1. Conceptualizarea comunicării umane

Comunicarea a primit nenumărate definiții, toate demonstrând eforturile continue ale practicienilor, oamenilor de știință preocupați de a descrie, prezice și înțelege cât mai bine fenomenul în discuție. Aceste definiții pot fi grupate în categorii variate, unele venite dinspre zona *limbajului comun*, altele din sfera intereselor *individuale* ale unora dintre specialiști și, în fine, o categorie de definiții izvorâte din orientarea specialiștilor spre interesul public, *general*.

Dicționarul explicativ al limbii române propune: „Comunicare, acțiunea de a *comunica* și rezultatul ei. 1. Înștiințare, știre, veste, raport, relație, legătură. 2. Prezentare, într-un cerc de specialiști, a unei contribuții personale într-o problemă științifică.” (DEX, 1996, 204).

Într-o *Enciclopedie de Filosofie și Științe umane*, termenului comunicare îi este atribuită accepțiunea: „transmitere de informații, prin intermediul instrumentelor verbale și nonverbale (mimică etc)...” (Marco Drago, Andrea Boroli, ș.a., 2004, 171).

Majoritatea vorbitorilor se gândesc la „a aduce la cunoștință” sau la „a informa”. Faptul este evidențiat de orice dicționar explicativ unde, în general, sunt menționate trei semnificații, parțial suprapuse, ale cuvântului „comunicare”: comunicare = 1.înștiințare, aducere la cunoștință; 2.contacte verbale în interiorul unui grup sau colectiv; 3.prezentare sau ocazie care favorizează schimbul de idei sau relații spirituale.

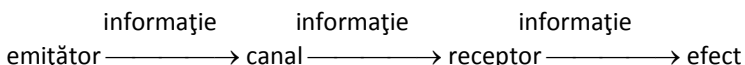
Prin urmare, dacă a trăi înseamnă a interacționa, atunci a trăi înseamnă a comunica. Spunem despre comunicare că este proces, este-deci-devenire, dar mai ales că este *pluralitate*: comunicarea necesită minimum două persoane, presupunând cel puțin dedublarea interioară. Comunicarea umană presupune un *eu* care produce semne și un *tu* care interpretează semnele.

Conform modelului schematic de bază al comunicării, desfășurarea oricărui act de comunicare presupune existența unui *emițător* (căruia i se mai spune și emitent), a unui *canal* și a unui *receptor*. În termenii cei mai simpli, așadar, comunicarea presupune transmiterea mesajului dinspre emițător către receptor.

Modelul elementar al comunicării (*emițător – mesaj – receptor*), urmează etapele respective, în sensul adăugării unor elemente noi.

Mesajul, odată transmis dinspre emițător către receptor, lucrurile nu se opresc aici, ci, așa cum este și firesc, receptarea mesajului generează anumite efecte asupra destinatarului său. Producerea acelor efecte a existat în mintea celui care le-a generat (sau care a dorit să le genereze) încă din momentul în care a emis mesajul, altfel spus, vorbim aici de caracterul de *intenționalitate* ce caracterizează comunicarea de tip *uman*. Caracterul intențional al comunicării este propriu omului și numai lui; în lumea

animalelor, despre care se spune că ar comunica între ele nu se poate vorbi de *intenționalitatea* comunicării. Caracteristică extrem de importantă pentru comunicarea interumană, intenționalitatea este apanajul exclusiv al ființei care are capacitatea de a conștientiza, de a reflecta, deci de a raționa, iar acea unică ființă-între toate celelalte care populează spațiul în care locuim-este omul. În concepția autorilor J.J.Van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, emitenul trebuie să aibă *intenția* de a provoca receptorului un efect oarecare, pentru ca transferul de informație să devină un proces de comunicare. Așadar, comunicarea devine *un proces prin care un emițător transmite informație receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce receptorului anumite efecte*. (Schema 3).



Schema nr. 3 *Procesul comunicării umane*

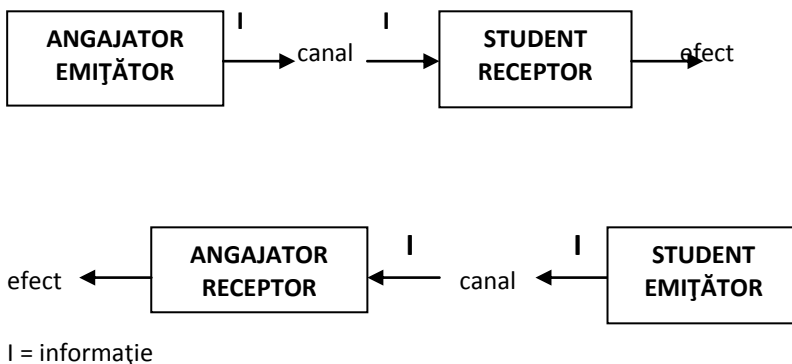
Continuând modelul comunicării, trebuie spus că acesta capătă consistență dacă vom pune problema în termeni de necesitate a îndeplinirii anumitor *condiții*, pentru ca receptorul să poată percepe corect (înțelegând prin aceasta adecvat și nedistorsionat) ceea ce i s-a transmis. Astfel, apelăm la noțiunea de *cod*: emițătorul apelează la coduri pentru a putea transmite, informa receptorul (prin codare vom înțelege transpunerea în semnale a mesajului respectiv, iar aceste semnale străbat canalul de comunicare, ajungând la cel căruia îi sunt destinate). Atare etapă este urmată de operația de *decodare*, sau de interpretare, operație pe care receptorul trebuie să o realizeze. O condiție de bază în desfășurarea optimă a procesului de comunicare

este aceea ca receptorul să acorde o interpretare sau o semnificație cât mai apropiată, ori, pe cât posibil, de importanță egală mesajului, cu cea pe care acesta o are pentru persoana care l-a emis.

2.2. Comunicarea umană-necesitate în cariera studenților

Comunicarea umană este o necesitate în cariera studenților în vederea angajării lor pe piața muncii, având un caracter dual (*Schema 4*), cu studentul plasat central, în care comunicarea este atât centripetă, de la angajatorul-emitător la studentul-receptor, cât și centrifugă, de la studentul-emitător la angajatorul-receptor. În comunicarea centripetă, angajatorul îl informează pe student despre posibilitățile de angajare, despre posturile vacante, comunicarea fiind intermediată de instituțiile de învățământ superior, care sprijină ocuparea unui loc de muncă de către student și prin consilierea lui profesională. Dar comunicarea umană în cariera studenților trebuie să se realizeze și centrifug, de la student la angajator, în sensul comunicării de către student angajatorului de informații despre el în CV, în scrisoarea de intenție cu privire la locul de muncă vizat, într-un mod direct la instituțiile angajatoare, prin participarea la interviu, la târguri de job-uri, prin aplicațiile on-line etc. Și acest tip de comunicare trebuie sprijinită de instituțiile de învățământ superior prin diverse activități, cum ar fi derularea unor proiecte cu obiective de consiliere a studenților și facilitarea încadrării lor pe piața muncii, cum este și proiectul POSDRU „Cel mai bun viitor pe piața muncii” implementat de Universitatea Bioterra din București, desfășurarea unui program de consultații pentru studenți, a unui program de

consiliere a carierei studenților, organizarea unor conferințe cu specialiști-invitați din diverse locuri de muncă etc. Se recomandă intensificarea comunicării umane student-angajator în ultimul an de studiu, când în mod normal, studentul trebuie să aibă o viziune despre profesia lui viitoare, despre evoluția lui ulterioară pe piața muncii, după absolvirea studiilor de licență sau de master.



Schema 4 *Procesul comunicării umane duale student-angajator*

2.3. Comunicarea intrapersonală, interpersonală, de grup, publică, de masă

În funcție de numărul participanților și de natura relațiilor care se stabilesc între ei, comunicarea umană se poate desfășura pe cinci niveluri relativ distincte. Astfel, sunt necesare abordări diferite, după cum comunicarea este:

- a) intrapersonală;
- b) interpersonală;
- c) de grup;

- d) publică;
- e) de masă.

1) Comunicarea intrapersonală–reprezintă dialogul cu sine al ființei umane și este necesară și importantă în principal pentru echilibrul psihic și emoțional, acest tip de comunicare putând fi stimulată la studenți cu scopul generării unui „conflict lăuntric” constructiv, de mobilizare energetică psihică și emoțională pozitivă a forțelor interne spre o viziune profesională în concordanță cu competențele fiecăruia în vederea ocupării unui loc de muncă în viitor, după absolvire sau chiar în timpul studiilor, neangajat într-un loc de muncă sau angajat în regim part-time.

În comunicarea intrapersonală, studenții, aparent indiscernabili, sunt instanțe diferite ale propriei lor personalități. Aici există loc pentru conflicte interioare sau pentru inducerea în eroare a propriei conștiințe a studentului, prin falsificarea realității percepute de către el. De cele mai multe ori, însă, dezbaterile interioare sunt creative și beneficătoare, după cum trebuie să aibă loc și la nivelul psihicului studentului, un rol important având consilierul școlar psihopedagog sau psihologul școlar.

2) Comunicarea interpersonală. Un mod de a defini *comunicarea interpersonală* este de a o compara cu alte forme de comunicare. Comunicarea interpersonală diferă de alte forme de comunicare prin faptul că numărul participanților la comunicare este mai redus, interacțiunii se află în proximitate fizică unii față de alții, există multe canale senzoriale implicate, iar feedback-ul este imediat. Un aspect relevant în definirea comunicării interpersonale îl constituie luarea în considerație a relației dintre interacți.

Avem multe relații, diferite unele de altele, cu semenii din jurul nostru. Ținând seama de natura acestor relații, o parte a cercetătorilor consideră că ar fi potrivit a defini comunicarea interpersonală drept comunicare care apare între oamenii care se cunosc de ceva vreme.

Comunicarea interpersonală poate satisface nevoia de afecțiune și de recunoaștere a valorii personale, dar și nevoia de a controla, a domina sau a impune altuia voința proprie, de a-l conduce sau măcar de a-l influența într-un fel sau altul. Acest tip de comunicare ne ajută să-i cunoaștem pe semenii noștri și, prin ei, să ne cunoaștem pe noi înșine, oglindiți în imaginea altora despre noi.

În acest context, făcând distincția între comunicarea impersonală și comunicarea interpersonală, Mihai Dinu, în lucrarea sa intitulată *Fundamentele comunicării interpersonale*, afirmă:

„Relația interpersonală se întemeiază pe cunoașterea unor *date psihologice* privitoare la interlocutor. Datorită acestor informații putem anticipa reacțiile partenerului de dialog într-un mod mult mai eficient decât în cazul în care ne adresăm unei persoane total necunoscute. În anumite limite, predicțiile comportamentale sunt posibile și în comunicarea impersonală, dar ele se bazează exclusiv pe factori socio-culturali, nu psihologici.”

Pe lângă posibilitatea de a prevedea reacțiile interlocutorului, cunoașterea interpersonală ne oferă și explicații ale acestor reacții. Observația că cineva a devenit nervos sau s-a întristat la auzul cuvintelor noastre e una impersonală, dar dacă dispunem de date suficiente despre felul de a fi și despre viața personală a respectivului, putem spune și de ce s-a comportat astfel.

Spre deosebire de comportamentul impersonal, supus unor reguli de conviețuire cu caracter de norme sociale generale, strategiile interpersonale se bazează pe aplicarea de *reguli individuale* determinate de cunoașterea particularităților interlocutorului. Deosebirile de temperament și profil psihologic dintre prietenii noștri ne „obligă” să îi tratăm diferențiat, discutând cu fiecare în alt fel.

E de la sine înțeles că orice relație interumană începe prin a fi impersonală și dobândește treptat caracter interpersonal.

Un exemplu de comunicare interpersonală este comunicarea dintre consilierul școlar, care activează în cadrul unei instituții de învățământ superior și are date despre studenți și viceversa, și student, în cadrul ședințelor „face to face”, de consiliere individuală și coaching pentru identificarea de interese și dezvoltare de plan de carieră profesională.

În comunicarea umană student-angajator, la început relația de comunicare este una impersonală, care ulterior trebuie să devină interpersonală, în care studentul capătă anumite informații despre angajator, despre cerințele, reacțiile, filozofia de angajare a acestuia, iar la rândul lui, angajatorul obține date, informații despre competențele, reacțiile, doleanțele studenților/absolvenților de licență sau master. Trecerea de la o relație impersonală la una interpersonală, necesită efort, răbdare, încredere în forțele proprii, dar și valori morale precum respect reciproc, onestitate, seriozitate, consecvență etc.

3) Comunicarea de grup-se referă la comunicarea într-un anturaj intim, în interiorul echipei, al familiei sau într-un cerc restrâns de persoane. În interiorul echipei, al organizației restrânse, în general, în micile colectivități umane, individul își

petrece mare parte din viața sa socială și profesională. Aici se împărtășesc cunoștințe și experiențe personale, se rezolvă probleme, se dezvoltă idei și se iau decizii importante, fie că este vorba de un consiliu de administrație, un colegiu de redacție, un comitet director, o echipă de vânzări, un grup de brainstorming, fie doar cercul de prieteni în care ne împărtășim experiențele profesionale. Important este faptul ca grupul să nu se supună unor îngrădiri majore de orice natură.

Comunicarea de grup în cazul studenților se desfășoară în diverse momente, în grupuri mai restrânse, spre exemplu într-o pauză de cafea între cursuri sau când în drum spre casă, după cursuri, când își pot împărtăși reciproc experiențele cu diverși angajatori sau informații cu privire la locurile de muncă vacante, la ocuparea unui loc de muncă. În grupuri mai mari, studenții participă la diverse reuniuni cultural-distractive în cadrul Clubului studenților, la desfășurarea unor cercetări coordonate de cadrele didactice în cadrul Clubului studenților cercetători, cum este și cel din Universitatea BIOTERRA din București, când studenții comunică interpersonal între ei și/sau cu cadrele didactice care-i consiliază și îi orientează profesional, inclusiv pentru ocuparea unui loc de muncă și cariera profesională în cercetarea științifică în domeniul lor de formare profesională. Foarte importante sunt ședințele de consiliere de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă, cum sunt și cele derulate în cadrul proiectului POSDRU al Universității BIOTERRA din București „Cel mai bun viitor pe piața muncii”.

4) Comunicarea publică—în principiu, orice gen de cuvântare, expunere sau prezentare susținută de către o persoană direct în fața unui auditoriu este o formă de discurs public sau comunicare publică. În această categorie intră conferința, cursurile și prelegerile, prezentările de rapoarte și dări de seamă, simpozioanele, sesiunile de comunicări științifice, luările de cuvânt în ședințe etc. Spre exemplu, un tip de comunicare publică este și desfășurarea Simpozionului Științific Studentesc 2014 „Competență și performanță în învățământ”, unde echipe de studenți au comunicat auditoriului, respectiv invitaților, cadrelor didactice, colegilor și părinților prezenți, rezultatele lor științifice, profesionale obținute în cadrul unor studii, unor cercetări în domeniul de formare profesională. Și neapărat activitatea didactică prin cursuri magistrale și prelegeri-discuție/dezbateri sau prelegeri activizate să fie comunicări publice în care predarea să se coreleze cu viitoarea profesie a studenților și cu coaching-ul profesional. Un alt exemplu de comunicare publică este o ședință publică de repartizare pe posturi după un concurs de către comisia ce reprezintă instituția angajatoare.

Comunicarea publică este tipul de comunicare care s-a bucurat de cea mai mare atenție de-a lungul timpului, începând cu retorica antică, obiectivul său nefiind, de cele mai multe ori, transmiterea de informații, ci câștigarea publicului. Convingerea include, în sens larg, și manipularea sau constrângerea, în tentativa de a influența opiniile și acțiunile publicului.

5) Comunicarea de masă—constă în producerea și difuzarea mesajelor scrise, vorbite, vizuale sau audiovizuale de către un sistem mediatic instituționalizat către un public variat și numeros. (Drăgan I., 1996) Ea cuprinde o mare varietate de

forme (carte, presă scrisă, audiovizual), dar toate sunt impersonale și caracterizate printr-un răspuns întârziat, slab și incomplet din partea publicului care recepționează mesajele. Ansamblul de mijloace și tehnici de comunicare de masă este cuprins în formula generică de „mass-media”, care în cazul consilierii în carieră a studenților sprijină prin spoturile publicitare televizate ale unor firme, instituții de stat și private angajatoare, prin anunțurile acestora în presa scrisă cu privire la locurile de muncă vacante. De asemenea, există cărți despre profesii, vocația profesională, consilierea și orientarea școlar-profesională, ghiduri precum „GHID DE CONSILIERE A CARIEREI STUDENȚILOR”.

2.4. Comunicarea verbală, paraverbală și comportamentul nonverbal

2.4.1. Comunicarea verbală

Comunicarea verbală reflectă capacitatea noastră de a gândi și de a supune analizei, având drept principală funcție pe aceea de a ne ajuta să ne comunicăm unii altora informații și sensuri. A concepe *însăși* evoluția omenirii, în lipsa acestui tip de comunicare este un fapt imposibil; prin comunicarea verbală omenirea a dobândit capacitatea de a construi structuri complexe comune.

În cadrul comunicării, verbalul se compune din ansamblul cuvintelor și al frazelor pe care le enunțăm, cuprinzând toate mesajele cu un cod comun mai multor persoane. De reținut că *secvența verbală* a oricărui proces de comunicare se realizează exclusiv prin intermediul cuvintelor și servește doar la formularea, stocarea și transmiterea cunoștințelor. De bună seamă că mesajele din comunicarea

verbală se pot referi și la emoții, sentimente, atitudini, dorințe, intenții, angajamente etc., putându-se asocia cu numeroase forme de influențare, deși cea mai importantă este și rămâne componenta cognitivă. Așa cum menționează I.-O. Pânișoară: „Gândirea și limbajul se dezvoltă împreună. Așa cum modul de a gândi al fiecărei persoane este unic, și modul de a vorbi este unic. Această unicitate a limbajului legată de fiecare persoană în parte poate fi înglobată sub denumirea de stil verbal. De altfel, stilul este un indicator (acționând ca un revelator ori, dimpotrivă, ca un frenator) al persoanei în integralitatea sa.” (2004).

Comunicarea verbală prezintă două moduri de desfășurare: *orală* și *scrisă*. Prima dintre acestea, comunicarea orală reprezintă „varianta” de comunicare cel mai frecvent utilizată.

Studentii comunică verbal oral în consilierea pentru cariera lor profesională în cadrul ședințelor de consiliere individuală și coaching pentru identificarea de interese și dezvoltare de plan de carieră, în consilierea de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă. De asemenea, studenții pot comunica verbal oral la un interviu pentru ocuparea unui loc de muncă part/time în timpul studiilor sau full/time după absolvirea lor etc. Este foarte important ca studenții să știe să comunice cât mai bine cu angajatorul sau cu posibilul angajator, să fie performant în comunicare.

Gheorghe Ilie Fârte indică existența a opt factori care influențează performanța în vorbire a unui comunicator:

- 1) „stabilirea unor obiective specifice, măsurabile și ușor de atins într-un răstimp scurt;
- 2) cunoașterea interlocutorului;

- 3) alegerea unui context favorabil;
- 4) planificarea vorbirii (nu însă și compunerea în detaliu a mesajului);
- 5) manifestarea unei atitudini potrivite pentru o comunicare directă;
- 6) folosirea unui raport just între informația și redundanța mesajului;
- 7) receptarea activă a retroacțiunii interlocutorului;
- 8) adaptarea continuă la situația de comunicare;

În general, vom fi apreciați ca buni vorbitori numai dacă (a) oferim exact informația pe care o cere interlocutorul, (b) susținem cu sinceritate propoziții care pot fi probate într-o măsură rezonabilă, (c) suntem relevanți și (d) formulăm mesaje clare, scurte și consecvente.”(2004).

Pentru cunoașterea interlocutorului, factor important care influențează performanța în comunicare, studentul trebuie să se informeze despre angajator direct la instituție sau indirect, analizând informațiile publice din diverse surse, cum sunt și cele on-line.

❖ Forme ale comunicării verbale orale mai importante pentru consilierea în cariera studenților sunt și:

- *conferința, dezbateră, discursul* - susțin o temă, o idee de consiliere și coaching de grup și presupun o abordare multidisciplinară - PSIHOLOGIE, PSIHOPEDAGOGIE, DISCIPLINE ȘTIINȚIFICE DE SPECIALITATE, LEGISLAȚIE etc., având o structură complexă axată pe introducere, tratare, închidere.
- *comunicarea prin telefon, atunci când studentul/absolventul solicită informații de la angajator sau când studentul este căutat de angajator*

la telefon pentru diverse clarificări corelate cu angajarea sau pentru solicitarea prezentării unor documente necesare de către student/absolvent.

❖ **Principii pentru creșterea eficienței comunicării verbale orale:**

1. Orice persoana trebuie să fie pregătită atât pentru rolul de emițător, cât și pentru cel de receptor.

Emițătorul trebuie să aibă în vedere următoarele:

- pregătirea atentă a mesajului;
- folosirea unei tonalități adecvate a vocii (practicarea unui debit adecvat de 5-6 silabe / secundă, cu interval de separație de 0,5 secunde între cuvintele cheie);
- verificarea înțelegerii mesajului.

Pregătirea *receptorului* constă în :

- să cunoască ce dorește emițătorul de la el;
- să identifice părțile utile din mesaj pe care să le rețină;
- să cunoască credibilitatea emițătorului.

2. Orice receptor trebuie să se autoeduce pentru a putea “asculta activ”, ceea ce înseamnă :

- crearea unei stări de spirit favorabilă ascultării;
- participarea la discuție;
- concentrarea atenției asupra esențialului;
- ascultare inteligentă în sensul acordării atenției asupra pronunției timbrului vocii, gesturilor.

3. Purtarea prietenoasă. De obicei, oamenii când vin în contact cu alții iau o figură serioasă, oficială, care provoacă o impresie rece. Sunt rezervați în discuție, de aceea este greu să comunici cu ei. Sunt și oameni care zâmbesc de la prima întâlnire și se poartă atât de prietenos încât discuția se desfășoară de la sine. Nu există o rețetă perfectă pentru o comunicare eficientă, însă folosind zâmbetul, tonul prietenesc,

ascultarea atentă, privitul în ochii celuilalt, putem rezolva multe probleme încă de la început. Managerii din vârful piramidei au de obicei o figură serioasă.

“Un surâs nu costă nimic, dar înfăptuiește mult”-spune un proverb chinezesc.

Comunicarea verbală scrisă nu impune prezența interlocutorilor într-unul și același cadru spațio-temporal, ea permițând pauzele reflexive, oprirea și revenirea. Ea îngăduie ca mesajele emitentului să aibă o formulare mai atentă și mai riguroasă, impunându-li-se și o prezentare îngrijită.

Factori de genul presiunii temporale extreme, o stare emoțională accentuată, un auditoriu potrivnic ș.a. sunt scuzabili pentru anumite perturbări în comunicarea verbală orală; în cazul celei scrise însă, problema se pune exclusiv în termeni de neatenție, de neglijență sau-forma cea mai gravă de nepricepere din partea celui care întocmește un conținut informațional. Mai mult, nu trebuie pierdut din vedere faptul că acel conținut informațional este adresat unui (unor) destinatar (i) care are (au) posibilitatea citirii și a re-citirii materialului, iar filtrul său (lor) analitic poate fi neiertător în condițiile confruntării cu un mesaj neadecvat.

Dacă în comunicarea verbală orală beneficiem și de suportul paraverbal și nonverbal în transmiterea semnificațiilor, să nu uităm că scrisul ne privează de posibilitatea apelării la sistemul elementelor nonverbale, caz în care „nuanțarea” pe care o intenționăm va trebui articulată „din condei”, fapt ne obligă la a ne demonstra anumite competențe. Pe de altă parte, autorul conținutului/mesajului scris nu poate avea nici o reprezentare a modului în care îi este primit mesajul de către receptor, prin urmare este lipsit de posibilitatea oricărei intervenții în reacția/atitudea

acestui vis-a-vis de ceea ce a citit. Scriitorul nu poate decât spera că mesajul lui va întruni așteptările cititorului; la fel de simplu, se poate ca presupunerile să-i fie înșelate, iar în acest caz comunicarea este supusă eșecului.

Exemple de comunicare scrisă ale studentului în cadrul ședințelor de consiliere sunt rezolvarea unui test de consiliere, completarea unui chestionar de consiliere, a unui „Curriculum Vitae” etc. Când studentul sau absolventul caută un loc de muncă, trebuie să aibă pregătite instrumente de comunicare verbală, scrisă **„Curriculum-ul Vitae (CV)” și scrisoarea de intenție.**

În latinește, cele două cuvinte „Curriculum Vitae” înseamnă o alergare scurtă prin viață, o urmărire a cursului vieții. *Dar acesta nu este doar o simplă înșiruire de ani, școli urmate, slujbe deoarece, cu ajutorul lui, punem în evidență cele mai importante realizări ale noastre. Angajatorul trebuie să fie convins, să i se stârnească interesul, citind CV-ul, că persoana care a aplicat pentru locul de muncă respectiv este cea mai potrivită pe care o caută pentru acel job, este cea de care are nevoie. Se poate spune că CV-ul este, în esență, o înregistrare a datelor personale, a nivelului de instruire, a experienței profesionale și a realizărilor notabile. CV-ul este un document care trebuie foarte bine conceput!*

Prin scrisoarea de intenție, se comunică angajatorului cine este persoana care îi trimite sau îi înmânează CV-ul și care este scopul demersului său.

❖ Caracteristicile mesajului scris

Comunicarea verbală scrisă, alături de cea verbală orală, reprezintă o componentă a comunicării umane. Caracteristicile mesajului scris sunt următoarele:

- anumite restricții de utilizare;
- să fie conceput explicit;
- implică un control exigent privind informațiile, faptele și argumentele folosite;
- poate fi exprimat sub diferite forme;
- este judecat după fondul și forma textului.

Un indicator care caracterizează comunicarea scrisă este lizibilitatea. Pentru acest aspect se recomandă metoda FLESCH, care constă în calculul lungimii medii a propoziției și al numărului mediu de silabe pentru fiecare 100 de cuvinte. Pentru textele normale care trebuie citite și înțelese de 83% dintre oameni, media lungimii propoziției trebuie să fie de 15-17 cuvinte, cu 147 silabe la 100 de cuvinte.

2.4.2. Comunicarea paraverbală

Paralimbajul se referă la calitățile vocale care însoțesc de obicei vorbirea. Knapp și Hall clasifică paralimbajul în două mari categorii: calitățile vocii și vocalizările.

Calitățile paralingvistice ale limbii includ: intensitatea, ritmul, tempo-ul, articularea și rezonanța vocală.

Vocalizările paralingvistice includ râsul, plânsul, suspinul, regurgitatul, înghițitul, sforăitul, sughițul etc. Alte vocalizări paralingvistice sunt intensitatea și *noninfluențele*, de tipul „hm”, „ah” și „uh”.

Și liniștea este considerată ca făcând parte din paralimbaj. Adeseori, calitățile paralingvistice, vocalizările și noninfluențele dezvăluie statutul emoțional al vorbitorului și/sau vivacitatea sa. Persoanele care audiază pot discerne atunci când vorbitorii sunt nervoși sau încrezători prin simpla ascultare a *tonului* vocii lor, a *ritmului* acesteia, a liniștii din ea, precum și din numărul noninfluențelor. Prin intermediul

paralimbajului, putem spune dacă vorbitorii sunt sinceri, cinici ori sarcastici. Mai mult, originea geografică a unei persoane poate fi strâns determinată de paralimbajul său.

În toate limbile vorbite, sunetele sunt purtate prin vocale, fiind imposibilă rostirea cuvintelor fără acestea. Consoanele, pe de altă parte, funcționează pentru a stopa și porni sunetul.

Unele limbi, numite tonale, se bazează pe tonuri vocalizate pentru a comunica semnificații. În aceste limbi, ridicarea sau coborârea tonului schimbă înțelesul cuvântului.

În studiul lor asupra paralimbajului (a se vedea: *Beyond personality impressions: Effects of physical and vocal attractiveness on false consensus, social comparison, affiliation, and assumed and perceived similarity. Journal of Personality, 61(3), 411-437*), Zuckerman și Miyake introduc ideea stereotipului atractivității vocale. Ei consideră că, rolul pe care îl are atractivitatea fizică a unei persoane este asemănător cu cel pe care îl are un timbru vocal plăcut. Rezultatele studiului lor au evidențiat faptul că vocile atractive sunt cele relativ bine „sonorizate”, rezonante și articulate. Vocile neatractive sunt cele stridente (chițăitoare), nazale, monotone și cele lipsite de intensitate.

Parte a canalului paralingvistic, tăcerea înseamnă lipsa comunicării verbale sau absența sunetului. Cercetările efectuate indică importanța *culturii* în semnificațiile și utilizarea stilului.

2.4.3. Comportamentul nonverbal

Optăm pentru utilizarea sintagmei *comportament nonverbal*, în locul celei de *comunicare nonverbală*.

În justificarea raționamentului potrivit căruia considerăm oportună folosirea termenului „comportament”, pornim de la următoarele două definiții:

a) *Limbajul sau facultatea de a vorbi s-a constituit în procesul comunicării* (L.Wald, 1973, 2).;

b) *comportament 1.Modalitatea de a acționa în anumite împrejurări sau situații; conduită, purtare, comportare. 2.Ansamblul manifestărilor obiective ale animalelor și ale oamenilor prin care se exteriorizează viața psihică* (DEX, 204).

Așadar, prin „facultate de a vorbi” înțelegem, după cum bine știm cu toții, capacitate de a *articula* cuvinte. Prin comportament ne exteriorizăm viața psihică (e drept, atât noi, cât și animalele!). Faptul că atunci când aud sau exprim o idee mă încrunt, zâmbesc, ridic sprâncenele întrebător, că îmi frământ degetele de la mâni, că ridic din umeri etc., nu fac altceva decât să îmi exteriorizez niște stări sufletești, niște sentimente, trăiri de moment, pe scurt: mă *comport* nonverbal. Intenționalitatea actului de comunicare este caracter specific uman.

Prin comportament nonverbal înțelegem modalitatea prin care se exteriorizează sentimente, stări emoționale, atitudini, fără a se face apel la cuvântul rostit. Semnificația acestui tip de comportament este strâns legată de contextul în care se găsește persoana, precum de tipurile de relații pe care aceasta le are cu semenii. Prin modul în care ne comportăm nonverbal completăm, nuanțăm, întărim mesajele pe care le transmitem prin intermediul limbajului verbal. Combinarea adecvată ori-dimpotrivă, inadecvată a elementelor verbale cu cele nonverbale, este de natură a asigura buna desfășurare, respectiv eșecul actului de comunicare interpersonală.

❖ **Câteva dintre elementele de specificitate ale comportamentului nonverbal sunt:**

- cel mai adesea este lipsit de intenționalitate, iar eforturile *susținute* de a ni-l controla pot conduce la eșuarea comunicării;
- este alcătuit din coduri pe care trebuie să învățăm a le folosi, chiar dacă *unele* coduri nonverbale sunt universale, având aceeași semnificație în culturi diferite;
- vârsta, respectiv experiența de viață au un aport benefic la modul de manifestare a comportamentului nonverbal;
- abilitățile de decodificare a elementelor comportamentului nonverbal îmbunătățesc semnificativ calitatea raporturilor interumane, ajutând în „depistarea” anumitor aspecte, probleme a căror transpunere în mesaje verbale poate fi incomodă.

❖ **Indicații de comportament nonverbal**

Să ai contact vizual-să privești persoana care îți vorbește, respectiv persoana căreia îi vorbești (cu excepția persoanelor care se simt mai confortabil dacă nu sunt privite pentru că subiectul în discuție le poate frământa foarte tare sau le poate crea o stare jenantă). Astfel, i se dă persoanei respective sentimentul că este ascultată, că i se dă atenție și poate fi condusă să vorbească despre ceea ce îl interesează cel mai mult pe interlocutor. Această susținere psihologică, transmite: ”Sunt aici. Sunt atent la tine. Îmi pasă de tine”.

Trebuie să ne analizăm propriul tip de contact vizual în timpul ascultării, precum modul în care acest contact vizual îl afectează pe interlocutor.

Limbajul trupului

Poziția trebuie să fie de ușoară înclinare în față și deschisă (brațele să nu fie încrucișate); să apară o simetrie-cei doi să ofere imaginea posturilor „în oglindă”, ascultătorul să preia poziția ascultatului- și o complementaritate a mișcărilor.

Distanța interpersonală: în cultura noastră distanța normală este de un braț. E bine să reușim a ne găsi propria modalitate de relaționare spațială cu cel pe care-l ascultăm. Trebuie evitate semnele de nervozitate, mișcarea excesivă sau poziția împietrită.

❖ Semnalele corpului uman

(prelucrare după Durac Livia, Laborator de comunicare, 2009)

Semnalele corpului uman sunt: kinezica, expresiile feței, oculezica, olfactiva, haptica.

- 1. Kinezica*** reprezintă studiul mișcărilor corpului, ce au importanță deosebită în sistemul de comunicare nonverbală. Sunt incluse în Kinezica expresiile faciale, privirea fixă și clipitul, gesturile, mișcările mâinii și ale brațului, mișcarea piciorului, postura sau poziția corpului.

Deși fiecare parte a corpului poate fi utilizată pentru a transmite mesaje nonverbale, fața, mâinile și brațele sunt principalele canale kineze prin care sunt transmise mesajele nonverbale, fața având cea mai mare capacitate de transmitere.

Cel mai răspândit sistem de clasificare a canalelor kinezice a fost dezvoltat de Paul Ekman și Wallace Friesen, în lucrarea *The Repertoire of Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage and Coding*. Ei au organizat comportamentul kinezic în cinci mari categorii: emblemele, ilustratorii, dispozițiile, reglatorii, adaptatorii.

Emblemele-sunt în primul rând (dar nu și exclusiv) gesturile mâinilor care au o traducere literală verbală directă.

În concepția lui Dane Archer, emblemele constituie un canal de comunicare prin care se poate transmite un bogat volum de informații, că emblemele sunt adesea deosebit de subtile, conținând însă semnificații profunde.

Ilustratorii sunt reprezentați, în mod tipic, de mișcările mâinilor și ale brațului, mișcări care însoțesc vorbirea, sau funcționează pentru a completa ori a accentua ceea ce a fost spus prin cuvinte. De exemplu, bătutul cu pumnul în masă în timpul unui discurs este ilustrator.

Ilustratorii servesc funcției metacomunicaționale, respectiv sunt mesaje *despre* mesaje.

Semantica celor mai multe dintre aceste canale kinezice variază cu tipologia culturală.

Emblemele și ilustratorii, în cea mai mare parte a lor, nu sunt dobândiți informal prin intermediul procesului de socializare, în cadrul culturii căreia îi aparține tânărul. Deși culturile diferă mult în ceea ce privește utilizarea ilustratorilor, oamenii din majoritatea culturilor au tendința de a-i folosi pentru aceleași tipuri de situații de comunicare. De exemplu, multe dintre culturi folosesc emblemele și ilustratorii în timpul salutului, (de sosire sau de rămas-bun).

Ritualurile de salut reprezintă o componentă importantă în repertoriul comunicativ al oricărei persoane, ce se educă încă din copilărie, în familie și la școală. Faptul de a cunoaște formele de salut practicate în diferite culturi, în cadrul interacțiunii cu persoane dintr-o cultură sau alta reprezintă un prim pas spre dezvoltarea competenței de comunicare interculturală, ceea ce este foarte important când angajatorul aparține unei alte culturi decât cea a studentului/absolventului. Spre exemplu, când coreenii salută (întâmpină) persoane mai vârstnice, profesori sau persoane cu un statut mai ridicat (decât are cel ce adresează salutul), se apleacă rămânând astfel pentru o durată de timp ceva mai mare, și evitând totodată contactul cu privirea.

Dispozițiile sunt **expresiile feței**-privire, poziția sprâncenelor, a buzelor, o grimasă sau un zâmbet întipărit pe fața persoanei etc. Chipul dă expresie în modul cel mai reușit trăirilor interioare, fiind elementul aflat cel mai „la vedere”, care ne poate ajuta în a fi persuasivi atunci când susținem o problemă sau, din contră, să ne trădeze adevăratele trăiri. Toate componentele feței, prin a căror punere în mișcare lăsăm să se vadă, ori încercăm să ascundem ceea ce gândim ori simțim, alcătuiesc ceea ce denumim prin *mimică*.

Prin intermediul expresiilor faciale, pot fi deschise și închise canalele de comunicare, poate fi comunicată starea emoțională etc.

Mulți lingviști sunt de părere că limbajul nostru verbal a evoluat dintr-un sistem non-lingvistic de comunicare care a fost moștenit din trecutul nostru, din statutul de primate-hominide. Evidența curentă sugerează

că anumite expresii faciale ale emoției, numite *dispoziții* sunt universale.

Reglatorii nonverbalii sunt comportamentele și acțiunile care guvernează, direcționează și/sau conduc conversația. Pe parcursul conversațiilor, în Statele Unite ale Americii, de exemplu, contactul direct prin intermediul privirii și răspunsul afirmativ prin mișcarea specifică a capului, comunică, în mod tipic înțelegerea (acordul) sau ceea ce interlocutorul înțelege că s-a comunicat.

Adaptatorii sunt acțiuni kinezice care satisfac necesități de ordin psihologic sau fiziologic. Scărpinarea unei mâncărimi satisface o necesitate de ordin fiziologic. Spre exemplu, gestul de a bate (ritmic, eventual) pe bancă cu pixul, în timp ce studentul asteapta ca profesorul să delibereze într-un examen final, satisface o nevoie psihologică. Pentru angajare, se recomandă un autocontrol pentru evitarea unor astfel de acțiuni kinezice

2. Oculezica (contactul vizual)

Oculezica constă în *comportamentul privirii*.

În timpul interacțiunilor sociale, oamenii se privesc în ochi, în mod repetat, dar contactul vizual mai prelungit are loc atunci când îl ascultăm pe cel ce vorbește, menținându-ne privirea în medie de trei până la zece secunde; dacă se prelungeste contactul vizual, atunci se instalează disconfortul celui care vorbește. Lipsa contactului vizual la om creează sentimentul lipsei de interacțiune, al comunicării insuficiente. Orientarea și focalizarea privirii dau informații despre gradul de apropiere resimțit de interlocutor.

Privirea (“eye-contact”) oferă un feedback important despre reacțiile celui din fața noastră, iar modul în care privim și suntem priviți are legătură cu nevoile noastre de aprobare, acceptare, încredere. Privind pe cineva, confirmăm că îi recunoaștem (și eventual îi acceptăm) prezența, iar interceptarea privirii cuiva înseamnă dorința de a comunica. În cazul unui discurs având un număr mai mare de auditori, privirea va fi îndreptată, ritmic, cu menținerea ei timp de 1-3 secunde pe fiecare persoană. Concentrarea privirii pe câteva persoane din acel auditoriu, și automat ignorarea stabilirii unui contact vizual și cu ceilalți prezenți, ar putea crea, acestora din urmă, sentimentul că sunt ignorați, chiar dacă intenția vorbitorului nu a fost aceasta.

3. Olfactica (semnalele olfactive)

Olfactica se referă la simțul omului asupra mirosului, simț care îndeplinește o funcție biologică de mare însemnătate și care influențează într-o oarecare măsură angajatorul, acesta putând fi influențat pozitiv printr-un miros curat, proaspăt, plăcut și influențat negativ, spre exemplu, de mirosul de transpirație.

Deosebiri între clasele sociale, respectiv cele bazate pe miros reprezintă produsul cultural parental, al educației, al religiei și al presiunii sociale din partea semenilor.

Sociologii au descoperit că senzația olfactivă are o potențială influență asupra interacțiunii sociale. Accentuarea mirosului este adesea motivată de rolul central pe care îl are olfactica în menținerea relațiilor sociale.

4. Haptica

Haptica (comunicarea tactilă) se referă la folosirea atingerii, fiind cea mai primitivă formă de comunicare (Mark Knapp), care nu se recomandă pentru angajare, decât ca un răspuns de strângere de mână la întinderea de mână din partea angajatorului.

Comunicarea haptică variază foarte mult de la o cultură la alta, iar numărul și tipurile de atingeri variază în raport cu vârsta, sexul, situația și relația persoanelor implicate. Eduard Hall face distincție între culturile de contact, care tind să susțină (încurajeze) atingerea și cele de noncontact, în care atingerea este, în general, descurajată. Numeroase culturi americane sudice și centrale sunt considerate țări de contact, așa cum sunt culturile multor țări sudice europene. Statele Unite sunt considerate ca având o cultură de contact-moderat.

Indienii din partea de Est au formă de expresivitate aparte în privința atingerii: atingerea piciorului unei persoane mai vârstnice este un semn de respect; indienii își demonstrează încrederea față de o persoană prin gestul de strângere viguroasă a mâinii, pe durata unei conversații sau în timpul unei activități religioase.

❖ Alte tipologii de transmitere a conținuturilor nonverbale.

Alte forme de vehiculare a conținuturilor nonverbale importante în consilierea studenților în cariera lor sunt: artefactele, proxemica.

1. Artefactele

De multe ori, putem identifica tipul de cultură căreia îi aparține o persoană după înfățișarea sa fizică și după modul cum este îmbrăcată. Comunicarea cu altă persoană este precedată de observarea vizuală a apariției sale fizice, fiind foarte importantă ținuta vestimentară la un interviu de angajare, dar și după angajare, aceasta trebuind să fie curată, îngrijită, decentă.

„Îmbrăcămintea, podoabele, accesoriile vestimentare comunică apartenența persoanei la genul biologic (bărbat/femeie), la o clasă de vârstă (tânăr/matur/bătrân), la o categorie socio-economică (țăran/orășean; patron/muncitor), la o profesie sau altă (militar, preot etc.). Este imposibil să fii îmbrăcat și să nu transmiți celorlalți *ipso facto* cine ești și cum percepi tu lumea.” (Septimiu Chelcea, 2005, 52).

2. Proxemica

Proxemica face referire la percepția și utilizarea spațiului, incluzând teritoriul și spațiul personal. Teritoriul este spațiul geografic fizic, iar spațiul personal se traduce prin spațiul psihologic sau perceptual. Privarea de spațiu în locațiile cu populație densă este adesea mai degrabă de ordin psihologic, decât una de natură fiziologică. Un rol decisiv asupra modului în care sunt menținute distanțele în timpul comunicării îl are cultura. În cele mai multe culturi nevoia de spațiu personal crește odată cu vârsta.



"Investește în oameni"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 “Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

CAPITOLUL 3.

CONSILIEREA ȘI COACHING-UL STUDENȚILOR

“Coaching is unlocking a person’s potential to maximise their own performance. It is helping them learn rather than teaching them.” (Whitmore, 2004)

3.1. Consilierea studenților-generalități

Consilierea școlară este de importanță majoră în țările dezvoltate, preocupate de dezvoltarea tinerei generații. Este nevoie de o abordare proactivă a posibilelor probleme cu care actualii studenți, viitorii absolvenți, se pot confrunta peste câțiva ani. Sociologi, antropologi, analiști economici, asistenți sociali – sunt chemați să facă echipă cu specialiștii în consiliere școlară, cu psihologii. Studentul trebuie să fie beneficiarul unor programe echilibrate, de prevenire și de intervenție a consilierilor școlari.

Consilierea profesională a studenților reprezintă ansamblul acțiunilor opționale și consultative realizate prin modalități pedagogice, psihopedagogice generale și speciale, subordonate, din punctul de vedere al conținutului, dimensiunii tehnologice/aplicative a educației. Din perspectiva

metodologică, acțiunile de consiliere profesională a studenților sunt subordonate activității de asistență psihopedagogică și socială a cadrelor didactice specialiste în domeniu acordată studenților, proiectată la nivelul sistemului de învățământ, în vederea unor opțiuni corecte de instruire profesională și de practică profesională.

Pe lângă rolurile generale ale unui consilier școlar (consiliere individuală, consiliere de grup, training, consultanță și dezvoltare organizațională), consilierul școlar mai este pregătit să desfășoare activități de evaluare, asistență în carieră, plasament, prevenire a problemelor de dezvoltare.

Principalii factori implicați și cu responsabilități în consiliere profesională a studenților sunt: mediul universitar, familia, unitățile economice, mass-media, alte instituții specializate.

Universitatea joacă un rol esențial atât prin structurile sale, ciclurile și tipurile de programe, cât și prin diversitatea disciplinelor de învățământ, a acțiunilor specifice de consiliere profesională a carierei (activitatea consilierilor școlari, a psihopedagogilor, tutoriat etc.).

Cei doi agenți implicați direct în procesul de consiliere a carierei studentului sunt cei doi factori umani:

1. consilierul școlar-ca specialist;
2. studentul.

Scopul fundamental al consilierii profesionale este asigurarea unei funcționări optime a individului sau grupului, scop care se poate atinge prin împlinirea obiectivelor consilierii: identificarea de interese profesionale, formarea viziunii profesionale, sprijinirea dezvoltării planului de carieră, dezvoltare personală prin lucrul în echipă, abordarea leadership.

Consilierea profesională a studentului este tipul de îndrumare în vederea continuării studiilor de licență, aprofundării studiilor după licență prin parcurgerea unui program de master și apoi, chiar de doctorat în domeniu, alegerii unei forme de învățământ potrivit nivelului de pregătire atins anterior și, mai ales, potrivit aptitudinilor, intereselor profesionale și personalității lui. Foarte importantă este îndrumarea studentului, viitor absolvent, în ocuparea unui loc de muncă pe piața muncii. Nivelul cunoștințelor și al deprinderilor poate fi cunoscut prin examene și probe profesionale. La acestea se adaugă diagnosticul psihologic, psihopedagogic stabilit de specialist prin aplicarea unor teste psihologice: teste de aptitudini, teste (chestionare) de interese profesionale, teste și chestionare de personalitate. În urma evaluării, studentului i se fac recomandări privind continuarea educației, i se oferă informații despre programe de studii superioare, care corespund cerințelor sale educaționale, despre condițiile de acces la aceste programe (exemplul unui master în domeniu) și despre formalitățile ce trebuie îndeplinite în acest scop.

Se poate spune că o informare asupra principiilor care guvernează piața muncii, despre situația privind perspectivele reale de angajare, despre posibilitățile profesionale oferite de un anumit nivel de educație reprezintă un demers util încă din perioada studiilor. Prin consilierea profesională acordată studenților se urmărește creșterea încrederii acestora în forțele proprii și în capacitatea lor de a alege o aprofundare a studiilor, de a căuta un loc de muncă pe piața muncii și de a se angaja mai ușor într-un job. Consilierea profesională a studenților este un serviciu care se oferă atât individual (*ANEXELE 1,2,3,4,5*), cât și în grupuri (*ANEXA 6*), de exemplu, consilierea profesională a studenților unui an de studiu.

Alegerea profesiei reprezintă o expresie a personalității; inventarele de interes sunt inventare de personalitate; membrii aceluiași domeniu de activitate au personalități similare, precum și istorii similare ale dezvoltării personalității; indivizii unui grup vocațional, având personalități similare, vor răspunde, în multe situații și la multe probleme, în mod similar, punându-și amprenta asupra mediului instituțional, dându-i acestuia anumite caracteristici; satisfacția profesională, stabilitatea și realizarea în profesie depind de congruența dintre propria personalitate și mediul în care muncește sau va munci.

3.2. Planul de carieră

Activitățile de consiliere profesională urmăresc dezvoltarea planului de carieră personală și înzestrarea tânărului cu cunoștințe și abilități necesare pentru realizarea unui management eficient al propriei cariere. Acest fapt se impune cu necesitate în condițiile unei piețe de muncă flexibile și în mare parte imprevizibile, fluctuante, aflată într-o continuă metamorfoză atât a configurației sale externe (ponderea diverselor profesii pe piața muncii și schimbarea relației dintre ele), cât și interne (modificări în cerințele impuse de diverse profesii).

Cerințele locurilor de muncă evoluează în permanență:

- crește complexitatea sarcinilor ce trebuie îndeplinite;
- crește numărul și complexitatea competențelor, respectiv a cunoștințelor, deprinderilor, abilităților și atitudinilor ce trebuie exercitate în cadrul locurilor de muncă, a valorilor ce trebuie respectate în cadrul lor;
- se exercită o presiune crescută asupra individului de a lua o serie de decizii în mod individual;

-se accentuează rolul abilităților de comunicare eficientă;

-se impune tot mai multă inițiativă, motivație și flexibilitate în exercitarea sarcinilor de muncă.

În aceste condiții, o consiliere și o orientare profesională strictă, unidirecțională, bazată pe un model static, de suprapunere a unor caracteristici personale cu caracteristicile unui domeniu ocupațional, nu mai este validă. În concepția lui Savickas (1999), activitățile de orientare trebuie să vizeze educarea tinerilor pentru independență și flexibilitate în 5 domenii de competență: cunoștințe despre sine, informații ocupaționale, luarea deciziei, planificare, rezolvare de probleme. Aceste competențe dobândite permit exercitarea unui control asupra propriei dezvoltări și asigură flexibilitate în managementul carierei profesionale.

Ca activități ce pot fi cuprinse într-un program de consiliere pentru carieră pot fi menționate: prelegeri despre diverse ocupații, work-shop-uri pe teme de carieră, discuții de grup, vizite la diverse locuri de muncă, studiul unor documente scrise, redactare de CV-uri și scrisori de intenție, jocuri de rol, realizarea de colecții de informații și imagini despre diverse locuri de muncă și profesii, consultarea specialiștilor în domeniul pieței forței de muncă.

Prin consilierea studenților se realizează:

-evidențierea și accentuarea aspirațiilor vocaționale;

-îndrumarea către continuarea profesionalizării prin studii;

-îndrumarea în redactarea și pregătirea unor instrumente absolut necesare pentru angajarea într-un loc de muncă și integrarea pe piața muncii;

-achiziționarea de structuri cognitive integrative pentru informațiile despre sine, ocupații și relațiile complexe dintre acestea;

-suport psihopedagogic în explorarea propriei persoane și a diverselor trasee educaționale și profesionale;

-expunerea la informații ocupaționale;

-suport în dezvoltarea planului de carieră a studentului.

Un om nu se dezvoltă doar în plan profesional, ci și în plan personal. Nicio parte nu trebuie neglijată. Așa cum cariera profesională nu este decât o felie din viața unei persoane, Planul de carieră nu este decât o componentă a Planului de dezvoltare personală.

Deci, Planul de carieră nu trebuie confundat cu Planul de dezvoltare personală, fiind diferite.

Un Plan de carieră este alcătuit, în esență, din scopul și obiectivele carierei, strategiile de realizare a acestora, termene, resurse, posibile blocaje prevăzute. Obiectivele Planului de carieră trebuie să decurgă din misiunea personală, din concepția de a fi a tânărului, din obiectivul personal menționat în Planul de dezvoltare personală, iar acesta trebuie să oglindească și să fie conectat în profunzimea naturii și caracteristicilor personale ale individului, aptitudinilor și talentelor lui, modului lui de a fi, celor mai înalte nevoi ale lui. Obiectivele trebuie fixate pe termen scurt, mediu și lung iar, în ansamblu, ele trebuie corelate și integrate astfel încât atingerea celor mai apropiate să constituie pași în atingerea celor depărtate.

Planul de carieră este o hartă a vieții profesionale; oricând putem să vedem pe hârtie exact unde ne aflăm în drumul nostru către atingerea obiectivelor propuse, ce pași am parcurs și ce pași mai avem de parcurs. În același timp,

Planul trebuie să ne ofere și flexibilitate în atingerea obiectivelor.

Strategiile pentru atingerea obiectivelor trebuie să prevadă planuri alternative, bazate pe toate scenariile posibile (de la cele mai pesimiste la cele mai optimiste).

Model de consiliere cu tema „Planul meu de carieră”

Obiectiv	Dezvoltarea abilității de construire a unui plan de carieră
Durata	60 minute
Materiale	Fișa de lucru „Planul meu de carieră”
Desfășurarea activității	-Se prezintă studenților planul de carieră: componentele acestuia și principalele caracteristici ale acestor componente. -Se solicită studentului să se gândească la un scop de carieră. -Se găsește împreună cu studentul exemple de scopuri de carieră și se discută relația dintre scopurile pe termen scurt și cele pe termen lung. -Se cere studenților să își construiască propriul plan de realizare a scopului, utilizând modelul din fișa de lucru. -Se oferă sprijin studentului pe parcursul realizării sarcinii (dacă este cazul). -La sfârșitul activității, studentul este rugat să-și prezinte propriul plan de realizare a scopului.
Discuții	-Caracteristici care determină eficiența unui plan de carieră: -scopul să fie clar formulat;

	-pașii să se plieze pe strategiile de realizare a acestuia; -timpul să fie ales în concordanță cu acțiunile care trebuie realizate; -relația dintre scopurile de lungă durată și cele de scurtă durată; -dificultăți în realizarea planului de carieră.
De urmărit	Studentul: -să înțeleagă rolul unui plan de carieră; -să identifice scopuri și obiective proprii de carieră; -să dea exemple de bariere în realizarea planurilor de carieră; -să propună modalități de depășire.

Fișa de lucru: „Planul meu de carieră”

Scopul:			
Obiectivul nr. 1			
<i>Strategii de realizare</i>	<i>Termen</i>	<i>Resurse</i>	<i>Posibile bariere</i>
Obiectivul nr. 2			
<i>Strategii de realizare</i>	<i>Termen</i>	<i>Resurse</i>	<i>Posibile bariere</i>
Obiectivul nr. 3			
<i>Strategii de realizare</i>	<i>Termen</i>	<i>Resurse</i>	<i>Posibile bariere</i>

3.3. Conceptualizări: coaching și vocație profesională

Prin coaching ne formăm acele abilități, deprinderi și aptitudini de a folosi cuvântul, imaginea, prezența, atitudinea ca resurse în perfecționarea artei de a comunica.

Comunicarea înseamnă un proces de transmitere a mesajului de la emițător la receptor printr-un canal, fiecare din aceste trei elemente având un rol de îndeplinit pentru ca procesul de comunicare să fie eficient.

Descoperirea vocației profesionale prin coaching este un subiect care suscită un interes maxim pentru studenții participanți la consilierea de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă, pe de-o parte datorită actualității sale, pe de cealaltă parte, datorită atmosferei instructiv-amicale indusă de consilierul școlar, dar și clarificării unor concepte specifice temei tratate.

În coaching se pot organiza workshop-uri interactive, derulându-se ca jocuri de echipă, discuții de echipă, în care cei prezenți interacționează prin adresare de întrebări și elaborare de răspunsuri.

Exemplu de workshop interactiv în coaching de grup:

- așezarea echipei în cerc pentru un contact vizual cât mai bun;
- la invitația consilierului școlar, fiecare își alege un partener lângă care se mută;
- inițial se împart câte trei post-it-uri;
- pe unul dintre post-it-uri, studenții scriu câteva cuvinte **despre ei și activitatea lor profesională din prezent**, pe al doilea, **trei domenii de interes profesional** și pentru fiecare dintre ele o **abilitate** utilă, din punctul lor de vedere, activării în unul dintre cele trei domenii; pe ultimul bilețel, al treilea la

număr, se notează o **întrebare** la care studenții implicați trebuie să afle răspunsul până la finele întâlnirii ședinței de consiliere de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă;

-studenții din echipă schimbă bilețele între ei și, printr-o prezentare pe care aș numi-o aici “încrucișată”, unde fiecare a citit rândurile celuilalt, “gheața a fost spartă”, subiectele înșiruite pe flipchart și discuția declarată “deschisă”;

-consilierul școlar monitorizează discuția studenților, îi corectează, îi îndrumă după nevoi și, în final, subliniază concluziile finale ale întâlnirii de consiliere de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă.

Vocația profesională, reprezintă **chemarea, înclinația, predispoziția, apropierea pentru un anumit domeniu de activitate sau profesie.**

Vocația profesională se află în directă legătură cu o disponibilitate lăuntrică, incontestabilă, **ce pornește din miezul sufletului nostru, se fundamentează pe abilitățile noastre native** pentru o profesie, pentru un loc de muncă, dar și transformarea aptitudinilor în competențe în cazul practicării profesiei, care poate deveni sursa inepuizabilă de satisfacții profesionale, buna dispoziție și mulțumire zilnică.

Câteodată, ca urmare a constrângerilor de natură socială sau financiară, se pierde contactul cu eul profund și ca urmare, cu vocația profesională, iar pentru regăsirea drumului către sinele profesional este nevoie de un ghid, de un **coach**. Acesta poate fi o persoană dragă celui îndrumat, ghidat, respectiv, un părinte, un profesor, un prieten sau poate fi un profesionist, precum consilierul școlar sau psihologul care prin atitudine și înțelegere, ajută la apropierea de vocația

profesională, de ceea ce împlinește un tânăr student-viitor profesionist cu adevărat.

Coachingul nu oferă răspunsuri concrete, ci orientează spre ele prin diverse întrebări ajutătoare și se poate aplica atât în viața personală, cât și în cea profesională.

Coaching-ul pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă reprezintă un **proces bazat pe întrebări și răspunsuri prin care o persoană cu un obiectiv profesional conștientizează propriile răspunsuri, aptitudini și acțiuni care îl conduc în direcția profesională dorită.**

Revenind la calitățile necesare unui coach (consilier școlar/psiholog) în învățământul superior, acesta are nevoie, pe lângă **pregătirea și experiența profesională în domeniu**, și de o **capacitate dezvoltată de empatie pe care să o mobilizeze în vederea unei relații autentice** cu studentul sau/studentii săi. Coach-ul trebuie să știe să asculte detașat, să își reducă la tăcere propriile “voci”, să nu judece și nu în ultimul rând, să înțeleagă dinamica persoanei/persoanelor pe care o are/îi are în față, modul în care aceasta gândește, acționează și simte.

Găsirea vocației nu este un proces facil, dar este unul posibil, necesitând constanță, deschidere și câțiva pași de parcurs: **identificarea vocației, stabilirea motivației, găsirea resurselor** interne și externe pentru **a susține procesul de instruire într-un context potrivit**. Și dacă acesta nu există, se **crează contextul potrivit**.

În facultate, învățarea trebuie corelată cu viața reală, viața profesională și antreprenorială, având în vedere sistemul în care trăim bazat pe economia de piață. Sistemul de educare personală în afaceri, în leadership, în viața de familie, în educația financiară este foarte important.

Materialele de dezvoltare personală ajută. Pot fi folosite în coaching-ul profesional ca materiale instructiv-educative, cărți, reviste, CD-uri, dar și seminarii, întâlniri de dezvoltare personală și profesională.

Vocația și „visul” personal reprezintă două dintre cele mai cunoscute teme din dezvoltarea personală. Este dezbătută pe larg în literatura din străinătate, mai puțin în literatura de dezvoltare personală din România.

Majoritatea oamenilor nici nu pun preț pe vocație, cu atât mai mult să încerce să și-o găsească, să-și găsească un drum profesional în viață. **Descoperirea vocației reprezintă un lucru important pentru viață, care începe cu educația dată de părinți**, de la modul cum aceștia văd lumea în care trăiesc, ei fiind influențați de experiența personală și de cultura socială în mijlocul căreia trăiesc. Apoi, școala “ajustează” atât comportamentul, cât și modul în care gândește fiecare. După terminarea facultății, tinerii care urmează acest nivel de instruire și educație, pornesc în viață ca persoane independente. Cel puțin așa ar trebui. Există **presiunea socială**, cultura socială, dar mai ales presiunea media, în special televiziunea, care “ajustează” și ea comportamentul tinerilor absolvenți de învățământ superior.

Descoperirea vocației este preocuparea de dezvoltarea personală, este un mod în care se trăiește viața, sursa unei motivații profesionale continue, care dă forță tinerilor de a trece peste opreliști.

3.4. Organizarea eficientă a consilierii și coaching-ului studenților

„Societatea și-a creat totdeauna școala de care a avut nevoie și modul de organizare a învățământului care a corespuns mai deplin intereselor sale. Și societatea contemporană va opera selecția didactică de care are nevoie.”

(Țîrcovnicu, Victor, 1981)

Cercetările recente de psihologie și cunoaștere a procesului de învățare (P. Golu, 1985; N.Csomsy, J. Piaget, 1988; I. Neacsu, 1990; I. Drăgan, 1991; I. Radu, 1991) arată că tinerii învață numai activând fizic și intelectual. Asimilarea noilor cunoștințe de specialitate și dezvoltarea capacităților intelectuale necesită o activitate personală a subiectului, un efort de gândire care să determine rezolvarea unei probleme.

Modern, se recomandă alternarea activității individuale a fiecărui student cu momentele de activitate în echipe și / sau cu fazele de bilanț la nivelul anului de studiu, ceea ce reiese și din proiectul P.O.S.D.R.U. „Cel mai bun viitor pe piața muncii !”, în care consilierea individuală și coaching-ul individual alternează cu consilierea de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă.

3.4.1. Organizarea individuală a activității de consiliere și coaching a studenților

Pornind de la ideile lui J. J. Rousseau, M. Montessori, O. Decroly ș. a., orientarea psihocentristă acordă prioritate instruirii individualizate, muncii independente, stimulării unei puternice motivații interne pentru învățare, inclusiv pentru învățarea studenților pentru viitoarea lor carieră profesională.

Modalitatea de organizare a consilierii și coaching-ului individual este cea a unui dialog constructiv și amical între consilierul școlar/psihologul școlar și fiecare student în parte, completându-se de către primul partener al dialogului un formular de consiliere ce cuprinde date personale ale studentului, despre studiile și rezultatele universitare ale acestuia, despre familia și prietenii lui, despre procesele psihice ale studentului, despre posibilele locuri de muncă și profesii avute până la momentul consilierii și despre cele vizate de acesta etc. Anterior acestui dialog, fiecare student va rezolva un test de aptitudini, din care să reiasă cariera profesională dorită în funcție de personalitatea lui. În același scop, fiecare student care participă la activitatea de consiliere individuală și coaching va răspunde la un chestionar/test de interese profesionale. Sfătuirea, îndrumarea, ghidarea studenților se face în mod personalizat, în funcție de profilul profesional al fiecăruia, de personalitatea fiecărui student, design-ul consilierii și coaching-ului fiind același pentru toți studenții implicați în proiectul de consiliere în vederea accederii pe piața muncii, respectiv fiind aplicate aceleași chestionare, aceleași teste, aceleași formulare de consiliere, iar tematica dialogului fiind comună tuturor studenților, cu același „schelet metodologic”, cu centrare pe viitorul profesional al fiecărui student.

A. Condiții și cerințe ale organizării consilierii și coaching-ului individual

Nu se poate organiza consiliere individuală și coaching individual și mai ales diferențiate fără **cunoașterea temeinică a particularităților fizice și psihice de vârstă a studenților, a grupului țintă de studenți** cu care consilierul școlar/ psihologul lucrează, precum și a **particularităților fizice și psihice individuale** ale acestora.

Este necesară cunoașterea aptitudinilor și a intereselor fiecărui student, a capacităților lui intelectuale, afectivității, voinței, rezistenței lui la efort, precum și cunoașterea particularităților anatomo – funcționale ale organelor de simț ale acestuia. Această cunoaștere a fiecărui student necesită dialogul din timpul consilierii și coaching-ului individual. Este foarte importantă cunoașterea studenților anterior implicării lor în proiect de către consilierul școlar/psiholog în cadrul procesului instructiv-educativ, din timpul cursurilor, a seminariilor sau a lucrărilor practice.

Utilizarea modelului psihocentric de instruire în procesul instructiv-educativ la cursurile, dar mai ales la seminariile și lucrările practice de laborator de specialitate este condiționată și de **însușirea anterioară de către studenți a unor tehnici de muncă intelectuală generale și specifice**, cum ar fi:

- “citirea” unei scheme științifice;
- efectuarea unui desen schematic după un proces tehnologic din industria alimentară sau după o observație macroscopică sau microscopică la disciplina de învățământ Microbiologie generală;
- interpretarea unui grafic, unei imagini, unei diagrame;

- realizarea unor grafice;
- conceperea unui proiect de cercetare științifică, precum proiectul „Cercetare științifică a corelației plante melifere-albine-miere de albine-om-societate și rolul ei în educație” conceput și derulat de mai mulți studenți din anul II ai Facultății Controlul și Expertiza Produselor Alimentare și ai Facultății Ingineria Produselor Alimentare din cadrul Universității Bioterra din București, împreună cu conf. univ. dr. M. Iancu, în anul universitar 2012-2013;
- realizarea unei sinteze, a unui referat științific;
- formularea de ipoteze plauzibile care să permită rezolvarea unor probleme, cum sunt și cele legate de perisabilitatea unor produse alimentare, de igienă și sănătatea alimentară, pornindu-se de la ipoteze corelate, spre exemplu, cu fermentația butirică sau cu fermentația acetică;
- expunerea liberă a unei teme, a unui studiu științific la un simpozion științific studențesc, cum a fost și Simpozionul Științific Studențesc „Competență și performanță în învățământ” organizat de Universitatea Bioterra din București în anul universitar 2013-2014 etc.

Tot atât de necesară ca și însușirea unor tehnici de muncă intelectuală este și **însușirea unor tehnici de activitate practică specifică specializării, de formare / dezvoltare a priceperilor și deprinderilor cu tehnicile, aparatura, instrumentele și ustensilele de laborator specifice studiului diverselor discipline de învățământ din Planul de învățământ al specializărilor.**

Este important ca fiecare expert implicat în activitatea de consiliere a studenților să cunoască **achizițiile cognitive, psihomotorii, afective, morale etc. obținute anterior de către studenți**, să cunoască atât greșelile și lacunele tipice ale

studentilor din grupul țintă cu care lucrează, cât și greșelile și lacunele din pregătirea fiecăruia, prin lucrul în echipă cu ceilalți experți ai proiectului de consiliere, în special cu tutorii.

B. Valențe ale folosirii consilierii individuale și coaching-ului individual în activitatea profesională a studenților:

1) fiind o consiliere personalizată, îl ajută mai bine pe fiecare student în alegerea viitorului profesional, în întreprinderile fiecărui student pentru a urma viitorul profesional ales, precum și în ocuparea unui loc de muncă pe piața muncii;

2) permite o cunoaștere mai bună și mai rapidă a particularităților individuale ale studenților, dând posibilitate adaptării activității practico-didactice la acestea;

3) stimulează creșterea încrederii în forțele proprii, declanșarea unei motivații interioare pentru studiul disciplinelor de specialitate, pregătind studenții mult mai bine pentru profesionalizare, dar și pentru educația permanentă;

4) stimulează dezvoltarea la studenți a responsabilității față de sarcinile asumate sau încredințate;

5) stimulează autoconducerea (self-government);

6) dă posibilitate unei mai bune evidențieri a progreselor făcute de către fiecare student în parte; pot fi observate rapid dificultățile întâmpinate de acesta și deci, se poate interveni la timp spre a-l ajuta să le depășească.

Organizarea individuală a consilierii și coaching-ului prezintă și unele dezavantaje, precum faptul că este mare consumatoare de timp și de energie față de consilierea de grup; acest consum se poate reduce dacă se aduce la cunoștința studenților principalele repere ale consilierii lor,

documentele fundamentale ce vor fi folosite, alte precizări despre proiectul de consiliere necesare; este mai costisitoare decât alte tipuri de consiliere și coaching, necesitând materiale (formulare, chestionare, teste) pentru fiecare student în parte.

Punând în balanță avantajele și dezavantajele organizării individuale a consilierii și a coaching-ului, aceasta se înclină în favoarea primelor.

Activitatea individuală a consilierii și coaching-ului trebuie îmbinată adecvat cu organizarea frontală și pe echipe a grupului ținută de studenți, consilierul școlar/psihologul având rol în îndrumarea, controlarea, corijarea, sprijinirea activității studenților în rezolvarea chestionarelor, a testelor de interese și aptitudini profesionale, în desfășurarea diferitelor activități de consiliere în grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă.

3.4.2. Consilierea de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă

A. Organizarea pe echipe a studenților în consilierea în grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă

„Când educăm un individ pentru societate, se presupune că îl educăm și pentru fericirea lui.”

C. Narly

În învățământul contemporan trebuie să se ofere un cadru propice de manifestare a activității în echipe. Studiile de

psihologie socială și de pedagogie socială au dovedit că organizarea activității didactice în echipe are influență benefică puternică asupra randamentului instructiv-educativ, asupra coeziunii sociale, asupra dezvoltării intelectuale, estetice, asupra formării profesionale a tinerilor, mai ales sub aspectul comportamentului moral și deci, cu impact asupra formării / dezvoltării personalității acestora.

B. Alcătuirea și organizarea echipelor de studenți

Există mai multe modalități de formare a echipelor în organizarea consilierii și coaching-ului de grup:

1) constituirea mecanică a echipelor de studenți, după ordinea alfabetică sau după așezarea lor la mese;

2) constituirea dirijată a echipelor de studenți (cei mai mulți pedagogi optează pentru acest mod de organizare a echipelor):

a) constituirea echipelor de studenți dirijată de nivelul intelectual al acestora-alcătuirea „echipelor de nivel”, a echipelor omogene;

b) constituirea echipelor de studenți dirijată de nivelul intelectual al acestora-alcătuirea echipelor mixte ca nivel intelectual, al echipelor eterogene, neomogene (cea mai uzitată modalitate de alcătuire a echipelor în învățământ) – echipe ce includ studenți cu nivel intelectual diferit, respectiv studenții buni, mijlocii și slabi ca nivel de capacități intelectuale și de pregătire profesională; în aceste echipe, influențele educative sunt benefice pentru toți membrii lor;

3) constituirea echipelor mixte în funcție de sexe—se realizează, de regulă, până la adolescență, iar după aceasta se recomandă alcătuirea de echipe separate pe sexe, fiindcă apar

prietenii mai intime ce face mai dificilă colaborarea obiectivă cerută de munca în echipă;

4) constituirea liberă a echipelor de studenți-

studenții se organizează singuri pe echipe, pe baza prietenilor, simpatiilor dintre ei, fiind posibilă situația nefuncțională în care un student ar fi preferat de foarte mulți, iar alții de prea puțini, ceea ce ar duce la constituirea unor echipe dezechilibrate numeric, fără o eficiență în muncă.

Atât formarea mecanică a echipelor, cât și alcătuirea absolut liberă a lor sunt nepotrivite, deoarece în aceste cazuri rezultatele ce se obțin se datorează și hazardului.

Unii pedagogi consideră că structura unei echipe poate fi schimbată chiar în decursul îndeplinirii unei sarcini, alții nu sunt de acord cu schimbarea componenței echipei decât când se dă o nouă sarcină.

C. Conflictul sociocognitiv-moment esențial în stimularea activității grupului țintă de studenți

O cercetare a lui Hall și Watson (1970) ilustrează rolul structurant al conflictului socio-cognitiv în cursul unor decizii colective. Menirea subiecților este de a rezolva o problemă, o rezolvă mai întâi individual și apoi, împreună, intrând într-o procedură de consens.

Reguli ce se transmit studenților:

- evită orice dispută în favoarea ordinii tale;
- prezintă-ți poziția cât mai clar și mai logic cu putință, însă ai în vedere cu toată seriozitatea reacțiile grupului în cazul fiecărei prezentări ulterioare a aceluiași punct;
- evită orice impas în termeni de victorie sau înfrângere în discutarea rangurilor; elimină ideea că

- cineva trebuie să câștige, iar altul trebuie să piardă în timpul discuției; în caz de impas, căutați cea mai apropiată soluție acceptabilă pentru ambele părți;
- evită să-ți schimbi părerea doar pentru a evita conflictul, din motive de acord și înțelegere; rezistă presiunilor de a ceda fără un serios argument logic sau obiectiv; urmărește o flexibilitate documentată; nu capitula fără împotrivire;
 - evită procedurile de reducere a conflictului cum ar fi votul majoritar, tragerea la sorți etc.;
 - consideră diferențele de opinie ca fiind mai degrabă ceva natural și profitabil, decât jenante în luarea deciziei; în general, cu cât sunt mai multe idei exprimate, cu atât mai mult va exista conflict-dar în același timp se va îmbogăți și gama resurselor;
 - ferește-te de un acord chiar de la început; caută motivele unor acorduri aparente; se ajunge la aceleași soluții fie din motive fundamentale identice, fie din rațiuni complementare.

Prin elucidarea conflictului:

- se produc soluții calitativ superioare, făcându-se dovada unei mai bune creativități și originalități;
- se folosesc mai mult resursele diferiților membri ai grupului de studenți;
- se propun mai multe soluții noi;
- se depășește mai mult nivelul celui mai calificat membru al grupului de studenți.

Studentii care sunt confrunțați cu puncte de vedere minoritare sunt încurajați să se intereseze mai mult de aspecte ale situației, gândesc într-un mod mai divergent și au mai multe șanse să descopere noi soluții sau să

elaboreze noi decizii. În ansamblu, aceste soluții sau decizii vor fi mai bune și mai corecte.

În schimb, studenții confrunțați cu puncte de vedere majoritare se vor concentra asupra unor aspecte sau stimuli importanți pentru poziția majorității, gândesc într-o manieră convergentă și vor fi tentați să accepte soluția propusă în detrimentul unor eventuale noi soluții și decizii.

Eficacitatea soluțiilor și a deciziilor lor va fi deci corespunzătoare cu justetea și utilitatea poziției care le este propusă. Apare mulțumirea mai degrabă cu un răspuns majoritar, în timp ce în prezența unui răspuns minoritar suntem mai curând dispuși să-l considerăm insuficient și să-l respingem.

Natura agenților de influență sau încrederea lor în sine pot juca un rol deosebit, determinând subiecții să reconsidere diferitele aspecte ale situației și să se întrebe de ce aceste minorități propun într-un mod atât de sigur un răspuns aparent puțin credibil.

Conflictul joacă și el un rol important în abordarea și rezolvarea problemelor puse de un răspuns divergent propus fie de o majoritate, fie de o minoritate.

În cazul majorității (Mugny și Perez, 1987), o organizare socială este suficientă pentru înlăturarea conflictului, în măsura în care indivizii se axează mai mult asupra statutului majoritar al sursei, decât asupra conținutului propunerilor sale.

În cazul minorității, o asemenea organizare este mai puțin probabilă-indivizii nu au de rezolvat probleme relaționale cu minoritatea, având în vedere poziția sa socială nerecunoscută, și ca urmare, mai mult intrigăți decât amenințați, ei își pot permite să analizeze răspunsurile alternative.

Răspunsurile propuse de o sursă majoritară, fie că sunt corecte sau nu, sunt mai des adoptate de subiecți, decât răspunsurile unei surse minoritare. Subiecții minoritari inovează mai mult decât subiecții condițiilor majoritare, dând în același timp răspunsuri corecte. De altfel, ei se pretind a fi mai puțin „stresați” și ezită mai puțin să considere răspunsurile complicilor ca fiind eronate, comparativ cu subiecții condițiilor majoritare.

Îndeosebi, în prezența unei minorități consistente, subiecții dovedesc o activitate cognitivă mai importantă. Analizând influența unor surse disidente în raport cu răspunsurile așteptate în mod normal, se observă că atunci când aceste surse tind să se impună cu prea multă forță (condițiile majoritare), ele au un efect mai puțin inovator decât atunci când rămân minoritare în grup. Minoritățile ar favoriza forme de raționament mai performante, efectul constructiv al confruntării cu răspunsuri disidente pentru funcționări cognitive de natură variată fiind demonstrat de Nemeth și colaboratorii săi.

Relațiile sociale au o capitală importantă în dezvoltarea cognitivă și formarea viziunii profesionale a studenților. Originea fundamentală a gândirii trebuie căutată în structura relațiilor sociale, fiind necesară o prestructurare a mediului social corespunzător unor norme, reprezentări, reguli, scenarii sau „scripts” (Abelson, 1981, Nelson, 1981) care organizează interacțiuni sociale la care indivizii trebuie să participe.

Conflictul socio-cognitiv este indus de opoziția dintre soluția sugerată de organizări sau norme sociale și soluția cognitivă implicată de strategiile pre-operatorii utilizate de tinerii care participă la activități sociocentrice sau sugerate de

complicele experimentatorului, care propune o soluție incoerentă.

D. Stiluri de lucru în echipă

Lucrul în echipă aduce plăcerea dar și provocarea interacțiunii cu persoane cu stiluri personale diferite.

Deși conceptul de echipă se folosește mai degrabă în context profesional, aici se aplică “regulile” de comportament într-un grup. Primul grup de care aparținem este **familia**. Familia transmite, inconștient, “cerințele” sale-cum trebuie să se comporte copiii astfel încât să fie acceptați în acest mediu. Aceste cerințe constituie unul din principalele elemente de studiu ale psihologiei.

Una dintre școlile sale de gândire, **Analiza Tranzacțională**, susține că fiecare dintre noi ne raportăm la un “mesaj conducător” care sintetizează modul în care căutăm să câștigăm aprecierea celor mari în copilăria noastră.

Aceste mesaje, învățăminte rămân cu noi și ne ghidează comportamentul ca adulți. Fiind atât de înrădăcinate, ni se par “naturale și normale”, dar ele induc atât calități, cât și limitări.

“Fii perfect!” și “Fii puternic!” sunt două din cele cinci **mesaje conducătoare** descrise de Analiza Tranzacțională.

Ajutăm echipa prin calitatea muncii pe care o facem, prin pregătirea științifică, de specialitate actualizată mereu, prin responsabilitatea acțiunilor și prin implicarea personală, prin planificarea și organizarea activităților în echipă, dar și prin atenția asupra celui mai mic risc care ar putea îngreuna munca în echipă. Este nevoie de calm în momentele de tensiune, de acțiune corespunzătoare în momentele stresante,

decizii dificile cu mintea limpede. Să inducem echipei calm și constanță, rezistență și stabilitate, pragmatism și realism.

„Grăbește-te, încearcă din greu... și... mulțumește-i pe alții!”

Unora li s-a spus în copilărie “Grăbește-te!”, li s-a indus senzația că nu au niciodată suficient timp. Acest stil de lucru în echipă bazat pe „Grăbește-te!” aduce în echipă multă energie și lucrul bine făcut sub presiune. Se mai caracterizează prin plăcerea de a face lucrurile repede, în viteză, nevoia de mai puțin timp de pregătire decât alții, gândirea rapidă, vorbirea rapidă, întâlnirile cu multe persoane și mobilitatea discuțiilor. Nu interesează în mod deosebit calitatea lucrului în echipă, ci existând motivația terminării a ceea ce s-a început, chiar cu mici greșeli. Alergăm mereu, iar uneori colegii de echipă simt că nu le acordăm atenția necesară.

Alții au fost îndrumați să “Încercați din greu!”. Este important aici efortul implicat într-o sarcină, iar coechipierii sunt foarte buni în a demara proiecte noi cu entuziasmul începutului în lucrul în echipă. Persoanele sunt creative, deschise spre nou, spre mediu, au o viziune largă asupra oricărui proiect, îi văd ușor ramificațiile, fiind un tipar tipic pentru “antreprenor”, un om care sesizează oportunitățile și le fructifică. Aparent, coechipierii nu sunt foarte organizați în proiecte sau pe masa de lucru.

Mulți oameni și-au însușit mesajul din copilărie “Mulțumește-i pe alții!”, persoane care intră deseori în stereotipul “oamenilor de echipă”. Caracteristicile esențiale ale acestui stil de lucru în echipă sunt: plăcerea de a petrece timp împreună cu alți oameni; intuiția plăcerilor celor din echipă și depunerea de eforturi pentru a le “intră în grații”; promovarea armoniei și a bunei înțelegeri în echipă; uneori, dificultatea de afirmare a poziției și a identității; dizgrația

tăcerii și, uneori, umplerea ei cu (prea) multă conversație socială; căutarea continuă a reconfirmării. Spre deosebire de momentul copilăriei în care se interiorizează aceste mesaje, la vârsta adultă, se poate decide conștient rescrierea lor. Ca un prim pas, se dă acces efectuării diverselor lucruri. Și astfel, în contextul muncii în echipă, chiar dacă un om are stilul de lucru în echipă "Fii perfect!", poate să predea o lucrare care nu este încă perfectă sau dacă are stilul de lucru în echipă "Mulțumește-i pe alții!", să trăiesc liniștit/ă cu ideea că nu toată lumea mă iubește...

E. Relaționarea la nivelul grupului țintă de studenți din perspectiva organizării echipelor de lucru. Leadership-ul

De regulă, echipa trebuie să aibă un conducător (leader) și acesta să fie un student ales în mod liber de către membrii echipei. Liderul de echipă trebuie să aibă calități, precum: bun organizator, muncitor, sociabil, bine pregătit, modest, sincer, devotat, stăpân pe sine, inițiativă, cinste, loialitate, principialitate etc., nefiind agreeți ca responsabili de echipă studenții leneși, egoiști, mincinoși, îngâmfați.

Liderii de echipă trebuie îndrumați de către consilierul școlar/psiholog prin sfaturi, îndemnuri, sugestii. Necesită mai puțină îndrumare cei ce posedă o bogată experiență în lucrul în echipă. Când sarcinile de lucru sunt mai dificile, se impune o mai mare îndrumare a liderilor de echipă. Liderul îi ajută pe ceilalți coechipieri să-și pună întrebări adecvate sau le poate adresa el întrebări celorlalți coechipieri, în vederea depistării erorilor din activitate și găsirii soluției adecvate pentru eficientizarea activității de echipă, dar și conștientizării progreselor făcute, precum și a lipsurilor din activitatea lor. Sprijinul consilierului școlar/psihologului trebuie să fie

intermitent, în funcție de necesități. Acesta trebuie: să-i încurajeze și să-i stimuleze pe studenți în activitatea lor, conversând pe parcursul activității, din când în când cu membrii fiecărei echipe despre stadiul activităților, despre modul în care doresc să continue; să demonstreze încredere în forțele studenților.

Un rol foarte important în asigurarea eficienței activității pe echipe îl prezintă și regimul de conducere a echipei, leadership-ul, atitudinea liderului față de echipă, interrelaționarea lui în cadrul echipei.

Se cunosc trei regimuri de conducere: autoritară, democratică și *laisser-faire*.

Experimentele pedagogice au dovedit superioritatea conducerii democratice prin următoarele valențe:

- conducerea este realizată împreună cu echipa, conducătorul propunând activități, căi de desfășurare a lor, dar alegerea este a echipei prin discuții și decizii colective;
- interrelațiile din cadrul echipei sunt de cooperare, de solidaritate, de sprijin reciproc, de amiciție, fiind absente tensiunile, conflictele;
- creează premise pentru o activitate spontană, încurajează inițiativa și autoperfecționarea;
- scopurile, etapele și procedeele activității sunt stabilite în comun, repartizarea sarcinilor fiind lăsată la inițiativa membrilor etc.

Liderul autoritar impune activitățile, sarcinile de lucru, procedeele de execuție, face aprecieri personalizate și normative, nu motivează acțiunile lui, membrii grupei lui manifestând fie apatie, fie agresivitate, nefiind posibilă o viață de echipă.

Conducerea de tip „laisser-faire” dă cele mai slabe rezultate, ea lasă pe fiecare membru al grupei să lucreze după bunul său plac, liderul dă explicații doar dacă este solicitat, face aprecieri foarte rare cu privire la activitatea echipei. Studenții lucrează cu întreruperi, produsele activității grupei fiind de slabă calitate.

Sunt necesare controlul și îndrumarea liderilor de echipe de către consilierii școlari/psihologi/profesori, astfel încât să se asigure o conducere democratică, acceptată de membrii echipelor. Studenții au dreptul de a-și schimba conducătorul, dacă primul ales nu are un stil democratic de conducere.

F. Valențe ale folosirii organizării activității pe echipe a studenților

Dintre avantajele organizării activității pe echipe, pot fi menționate:

1) obținerea unor rezultate profesionale mai bune decât cele obținute prin activitate frontală sau individuală, fiind activați în muncă toți membrii echipei;

2) îmbunătățirea performanțelor profesionale ale studenților chiar într-o activitate individuală ulterioară;

3) contribuie la formarea socială a studenților, fiind învățați să colaboreze în obținerea unor rezultate mai bune în profesia lor viitoare, să organizeze munca de echipă, să conducă activități, să distribuie sarcini în echipă, în funcție de capacitățile, aptitudinile, rezultatele profesionale ale fiecărui membru al echipei, îi face pe tineri mai altruști, conștiincioși și punctuali în îndeplinirea planurilor de activitate realizate de ei, le dezvoltă spiritul de inițiativă, de inventivitate, critic și autocritic;

4) creșterea empatiei [capacitatea de a împărtăși emoția resimțită de celălalt și de a-i înțelege punctul de vedere, „de a te pune în locul celuilalt” (Eisenberg și Strayer, 1987)] și cooperării;

5) obișnuirea studenților cu munca în colectiv, de a oferi și de a cere sprijinul colegilor, de a critica și de a primi criticile colegilor, de a ține seama de punctul de vedere al celorlalți, dar și de a-și apăra convingerile, pregătindu-i astfel pentru încadrarea în activitatea profesională viitoare;

6) munca în echipe de studenți are influențe pozitive asupra dezvoltării psihice a studenților participanți la activitate: contribuie la dezvoltarea inteligenței, la constituirea și dezvoltarea logicii, la dezvoltarea gândirii operatorii, obiective, la dezvoltarea gândirii productive, creative, la flexibilizarea și autonomia acesteia; într-o echipă puțin numeroasă interacțiunile sunt mai frecvente și mai ușoare, iar studenții timizi se pot debarasa de inhibiții;

7) prezintă un aport și la dezvoltarea morală a tinerilor: trecerea de la morala eteronomă la morala autonomă, facilitarea solidarității între membri, formarea multor trăsături morale pozitive în comportamentul studenților, precum prietenia, perseverența, respectul reciproc, responsabilitatea, atitudinea obiectivă etc.;

8) familiarizarea studenților cu etica muncii în echipă, cu cerințele muncii în colectiv, crearea unei motivații afective pentru profesie, dobândirea sensului relativității, formarea calităților profesionale necesare la viitorul loc de muncă.

Lucrul în echipe poate avea însă și unele dezavantaje, ca de exemplu: se consideră că în munca pe echipe ar fi activi numai anumiți studenți, cei cu rezultate bune la învățătură care trebuie să se ocupe de rezolvarea temei date spre rezolvare echipei lor, de instruirea colegilor cu rezultate mai

slabe din echipă, neglijându-și pregătirea și dezvoltarea pe măsura posibilităților lor native; aceste situații pot fi înlăturate dacă studenții conducători ai echipelor (care sunt, de regulă, cei cu rezultate bune la învățătură) îi vor antrena pe toți membrii echipei în activitate. La fel se întâmplă și la locul de muncă, unde șefii de echipă trebuie să-i antreneze pe toți membrii echipei în activitate.

E necesară promovarea unei baze psihopedagogice care să-i facă activi pe studenți, să stimuleze munca autonomă a lor, comunicarea între studenți și care să permită stabilirea unor noi relații permissive între consilierul școlar/psiholog/cadrul didactic și studenți.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT

OPFOSDRU



Asociația
Tânărul Fermier

"Investește în oameni"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 “Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

CAPITOLUL 4.

INSTRUMENTE NECESARE PENTRU OBȚINEREA UNUI LOC DE MUNCĂ

4.1. Curriculum-Vitae

Curriculum Vitae (CV) este un instrument indispensabil pentru cei care vor să obțină un loc de muncă. CV-ul trebuie să prezinte credibilitate și să fie interesant, dar în același timp real. El reprezintă o modalitate de publicitate personală prin intermediul căreia (dar nu numai) persoana convinge angajatorul că este un candidat important și care va contribui la atingerea intereselor instituției / firmei / companiei / organizației.

Înainte de a începe redactarea, amintiți-vă de modul cum vă prezentați CV-ul.

1. Prezentați-vă studiile, calificările, aptitudinile și competențele în mod clar și logic, astfel încât calitățile personale să fie puse în valoare.
2. Acordați atenție sporită fiecărui detaliu relevant, atât ca fond, cât și ca formă!
3. Un CV bun depinde nu numai de ceea ce scrii; modul de prezentare este la fel de important.

Reguli mai importante de realizare a CV-ului:

- să se întindă pe aproximativ câteva pagini, să nu conțină greșeli gramaticale sau de exprimare;
- să conțină un text clar și ușor de urmărit, cu un aspect general îngrijit, plăcut și atractiv. Fontul ales să fie sobru și nici prea mic (greu de citit), dar nici prea mare (agresează ochiul);
- paragrafele să nu fie prea lungi, deoarece sunt greu de urmărit; titlurile importante să fie marcate în bold, iar informația să fie așezată într-o ordine logică, urmând un criteriu cronologic, funcțional sau orientat;
- să conțină cuvinte-cheie adecvate pentru postul vizat (de exemplu, cuvinte ce implică dinamism, aplicativitate sau termeni tehnici);
- să nu conțină repetiții deranjante, ar fi de dorit să fie folosite verbe care indică acțiunea, precum **„a dezvolta”, „a elabora” sau „a conduce”** pentru a sublinia realizările tale și nu propoziții declarative precum **„am participat”, „am asistat la”, „am coordonat”** iar pe cât se poate, să fie evitate construcțiile pasive, precum **„eram responsabil cu ...”**

Model CV Europass



Curriculum vitae Europass

Inserați fotografia. (rubrică facultativă)

Informații personale

Nume / Prenume

Nume, Prenume

Adresă(e)

Număr imobil, nume stradă, cod poștal, localitate, țară

Telefon(oane)

Mobil:

Fix:

Fax(uri)

(rubrică facultativă)

E-mail(uri)

Naționalitate(-tăți)

(rubrică facultativă)

Data nașterii

Sex

F/M

**Locul de muncă vizat
/ Domeniul ocupațional**

Experiența profesională

Perioada Funcția sau postul ocupat Activități și responsabilități principale Numele și adresa angajatorului Tipul activității sau sectorul de activitate	Menționați separat fiecare experiență profesională relevantă, începând cu cea mai recentă dintre acestea.
Educație și formare	
Perioada Calificarea / diploma obținută Disciplinele principale studiate/ competențe profesionale dobândite Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare Nivelul în clasificarea națională sau internațională	Menționați separat fiecare forma de învățământ și program de formare profesională absolvite, începând cu cel mai recent.
Aptitudini și competențe personale	
Limba(i) maternă(e)	Precizați limba(ile) maternă(e) (dacă este cazul specificați a doua limbă maternă)

Limba(i) străină(e) cunoscută(e) Autoevaluare	Înțelegere				Vorbire				Scriere	
	Ascultare		Citire		Participare la conversație		Discurs Oral		Exprimare Scrisă	
Limba										
Limba										
<i>Nivel european (*)</i>	<i>(*) Nivelul Cadrului European Comun de Referință Pentru Limbi Străine</i>									
Competențe și abilități sociale	Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite.									
Competențe și aptitudini organizatorice	Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite.									
Competențe și aptitudini tehnice	Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite.									
Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului	Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite.									
Competențe și aptitudini artistice	Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă)									
Alte competențe și aptitudini	Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă)									
Permis(e) de conducere	Menționați dacă dețineți un permis de conducere și categoria. (Rubrică facultativă)									

Informații suplimentare

Includeți aici orice alte informații utile, care nu au fost menționate anterior, de exemplu: persoane de contact, referințe etc.

Anexe

Enumerați documentele anexate CV-ului.

4.2. Scrisoarea de intenție

Scrisoarea de intenție se scrie pe maxim o pagină. În redactarea ei, se țin cont de mai multe reguli, precum:

- redactarea **paragrafelor se face în mod concis**;
- paragrafele trebuie să fie limitate la 4-5 propoziții ;
- se verifică ortografia și punctuația;
- **nu se trimite fotografii** decât dacă este nevoie;
- se prezintă **motivul solicitării și postul** sau domeniul vizat;
- se explică ce anume v-a stârnit **interesul față de respectivul loc de muncă** și respectiva instituție/companie/firmă/organizație.

Dacă aveți **experiență în domeniu, competențe** sau **cursuri care vă recomandă** pentru ocuparea acestui post subliniați acest lucru.

Încheiați cu mulțumiri pentru timpul acordat și cu considerația dvs- **“Cu respect”, “Cu stimă” , “Cu Sinceritate”** și numele dumneavoastră.

Scrisoarea de intenție trebuie să aibă o formă de adresare directă, dacă nu se știe numele persoanei care face recrutarea se trimite scrisoarea către serviciul de resurse umane al instituției/companiei/firmei/organizației.

Iată câteva modele de scrisoare de intenție/prezentare, după care vă puteți orienta, spațiile punctate completându-le dumneavoastră.

Modelul 1 de Scrisoare de intenție

Stimate(ă) Domn/(Doamnă),

Vă contactez în legătură cu posibilitatea de angajare în cadrul instituției/companiei/firmei/organizației.....

Recent am citit anunțul dvs pentru un post de
..... Am absolvit facultatea de.....
din cadrul.....

Interesul meu în (domeniul respectiv) rezultă nu numai din faptul că am studiat această disciplină în cadrul facultății, dar și din experiența mea de.....ani în timpul studiilor (sau aici puteți trece experiențele de internship).

Din câte puteți vedea în CV-ul alăturat, am lucrat în calitate de.....la.....

O parte din responsabilitățile mele fiind:.....
.....
.....

Mi-ar plăcea să fiu chemat/ă la un interviu pentru acest post sau pentru orice alt post disponibil în acest domeniu.

Data :

Vă mulțumesc pentru timpul acordat.

(Nume și prenume)

Cu respect, Al (A)Dumneavoastră:

.....

Semnătura:

Modelul 2 de Scrisoare de intenție

Domnului/Doamnei:.....

Adresa:.....

Data:

Stimate(ă) Domn/(Doamnă),

Vă contactez în legătură cu posibilitatea de angajare în cadrul instituției/companiei/firmei/organizației

Recent am observat anunțul dumneavoastră pentru un post de Am absolvit de curând facultatea dedin cadrul.....

Interesul meu în rezultă nu numai din faptul că am studiat această disciplină în cadrul facultății, dar și din experiența mea deani în timpul studiilor, de participare la proiecte practice extracurriculare și extrauniversitare în domeniu.

Din câte puteți vedea în CV-ul alăturat, am lucrat în calitate dela

O parte din responsabilitățile mele fiind:.....

Mi-ar face plăcere să am un interviu cu pentru acest post sau orice alt post disponibil în acest domeniu de activitate

Sper că veți considera pregătirea mea potrivită și aștept cu nerăbdare să fiu contactat la un număr de telefonpentru a discuta această posibilitate.

Vă mulțumesc pentru timpul acordat.

(Nume și prenume)

Cu respect, Al (A)Dumneavoastră:

.....

Semnătura:

4.3.Interviul

4.3.1. Interviul telefonic

Din ce în ce mai multe instituții/companii/firme/organizații propun o întâlnire telefonică înainte să decidă dacă doresc o întâlnire „face to face” („față în față”) sau nu cu posibilul angajat.

Interviul telefonic trebuie abordat la fel ca și interviul „față în față”. Trebuie să pregătiți o listă cu întrebări sau răspunsuri și să vă antrenați cu cineva apropiat, o rudă sau un prieten, dar se poate să exersați și în fața unei oglinzi. Acest lucru vă va ajuta să controlați tonalitatea vocii, accentul și este indicat să nu vorbiți foarte repede și nici foarte tare. Pe parcursul interviului este indicat să așteptați ca angajatorul să termine cu întrebările înainte de a răspunde. Este bine să nu-l întrerupeți și fiți sigur că ați înțeles bine întrebarea înainte de a răspunde. Trebuie să-l convingeți pe angajator că sunteți indispensabil pentru companie.

Întotdeauna se lasă angajatorul să închidă primul telefonul!

Înainte de finalul interviului telefonic, nu uitați să întrebați care va fi următoarea etapă: în cât timp o să primiți un răspuns, unde se va desfășura întâlnirea față în față etc.

4.3.2. Interviul „face to face”

Interviul „face to face” începe, teoretic, din momentul în care ești căutat la telefon pentru a stabili o întâlnire și, practic, din momentul în care intri pe ușa potențialului angajator.

Esențială în desfășurarea ulterioară a interviului este pregătirea acestuia, care reduce considerabil stresul din

timpul întâlnirii. Concret, trebuie să te gândești în avans care sunt principalele întrebări care ți se pot adresa și cum ai răspunde la ele. În acest fel, întrebările celui care te interviează nu te vor lua prin surprindere și vei putea să oferi răspunsurile cu promptitudine. Este nevoie să cauți informații și să le afli despre angajator.

Întrebări folosite frecvent în cadrul interviului de angajare

- Din ce motiv ai răspuns pozitiv anunțului/invitației noastre?
- Ce știi despre instituția/compania/firma/organizația noastră? De ce vrei să muncești la noi?
- Ce așteptări ai tu de la acest loc de muncă și de la instituția/compania/firma/organizația noastră?
- Descrie-mi o situație dificilă cu care te-ai confruntat și cum anume ai rezolvat-o.
- Ce calități apreciezi la alți semeni? Ce defecte accepți cel mai puțin la alții?
- Ai spirit de echipă? Cu ce ocazie l-ai dovedit ultima oară?
- Descrie o situație-problemă când ai avut de-a face cu un client nervos, agitat.
- Cum ai rezolvat problema?
- Ce te recomandă pentru acest post?
- Cine te recomandă pentru acest post ?
- Care sunt obiectivele tale pe termen lung?
- Detalii concrete: cum ai ajutat la creșterea performanțelor și profitului instituției / companiei / firmei / organizației, ce buget ai gestionat, câți oameni ai avut în subordine?
- Care sunt lucrurile de care ești cel mai mândru, profesional vorbind?

- Ce ți-a plăcut cel mai mult la ultimul loc de muncă avut? Dar cel mai puțin?
- Dacă aș vorbi cu fostul tău șef, ce crezi că mi-ar spune despre tine?
- Care a fost cea mai grea decizie pe care a trebuit s-o iei la un moment dat în traseul tău profesional?
- Te consideri un lider? Ce fel de lider?

Sfaturi utile

Se respectă întotdeauna ora stabilită pentru interviu. Nu se merge la interviu nici mai devreme și, în nici un caz, mai târziu de ora stabilită! Dacă se ajunge cu 15-20 de minute mai devreme, probabilitatea de a intra atunci la interviu este destul de mică. În plus, așteptarea sporește și mai mult stresul. Dacă se întâmplă ceva și nu se poate ajunge la timp, e bine să existe o modalitate de a-l contacta pe angajator (un număr de telefon), în vederea reprogramării întâlnirii.

Ținuta trebuie să fie decentă, curată, îngrijită. Îmbrăcămintea trebuie să fie corespunzătoare categoriei profesionale din care face parte interviuatul, funcției pe care o vizează acesta.

Atitudinea pozitivă contează foarte mult și face diferența între oamenii cu experiențe similare. Dacă ești peste măsură de stresat, un interviuator abil trebuie să încerce să te facă să te simți în largul tău. Și aceasta pentru că obiectivul său este de a afla niște informații de la cel cu care stă de vorbă.

Dacă interviuatul nu poate trece peste stresul caracteristic interviului, emoțiile pot să-i dăuneze în privința obținerii slujbei.

Când sunteți în biroul angajatorului, este important să acordați o atenție deosebită primelor 10 secunde, primelor 10

gesturi, primelor 10 cuvinte și primilor 10 centimetri (este vorba de privirea dumneavoastră)!

Primele 10 secunde condiționează întreaga întâlnire. În acest moment se formează prima impresie, care va conta foarte mult în decizia angajatorului. Însă, întâlnirea nu se limitează doar la aceste 10 secunde, dar dacă intrarea voastră este percepută greșit, porniți acest interviu cu un handicap. Primul lucru care trebuie să-l faceți este să vă asigurați că aspectul vostru este adecvat locului de muncă pentru care concurați și că prezența voastră este îngrijită. Mulți experți sunt de părere că judecarea unei persoane ține de contactul vizual în proporție de 80%. În consecință, trebuie să atrageți simpatia angajatorului! Și atitudinea pe care o aveți este foarte importantă, de aceea trebuie să fiți siguri de voi, fără ezitări.

Începeți prin a vă saluta interlocutorul întinzându-i o mână fermă, fără a exagera. Un amănunt pentru cei care au mâinile umede: ștergeți-le înainte. Încercați să aveți gesturi deschise care să vă arate disponibilitatea în atitudine. Nu încrucișați brațele sau picioarele. Aceste gesturi sunt în mod sigur considerate ca semne de rigiditate și de dificultate în comunicarea cu ceilalți. De altfel, gesturile voastre trebuie să fie în armonie cu ceea ce spuneți și cu ceea ce degajați prin atitudine.

Întâi se salută interlocutorul cu «Bună ziua, Domnule!» sau «Bună ziua, Doamnă!». Apoi, se face prezentarea. Vocea folosită trebuie să fie în același timp sigură și clară. Nu se vorbește tare, tipat. De asemenea, se articulează bine cuvintele. Exprimarea trebuie să fie logică, ușor de înțeles. Vocabularul vostru trebuie să fie pozitiv și inteligibil. Se evită mai ales discursurile lungi: nu uitați că ați fost chemat la acel interviu de către angajator, deci el este cel care va conduce

discuția. Lăsându-l pe acesta să vorbească, veți câștiga timp pentru a reflecta la afirmațiile pe care le veți face în continuare.

Trebuie să vă priviți angajatorul direct în ochi și să zâmbiți. Dacă vă simțiți stingherit, priviți-i sprâncenele. Principalul lucru este să dovediți atenție față de angajator!

Atunci când ești invitat să pui întrebări, e indicat să întrebi ceea ce te interesează și nu să adresezi întrebări care „să dea bine”. Întrebările tale în primul rând trebuie să te ajute în a face și o evaluare, de a vedea dacă ți se potrivește sau nu locul de muncă respectiv.



"Investește în oameni!"
 Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
 Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
 Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
 Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
 Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

BIBLIOGRAFIE

- Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, București, Editura Univers Enciclopedic, 1998
- Boroli A., Drago M., *Enciclopedie de Filosofie și științe umane* (traducere), București, All Educațional, 2004
- Bruner S. J., *Procesul educației intelectuale*, București, Editura Științifică, 1970
- Bulzan C., Ciobanu Iancu M., Ilie R. L., *Ghid de practică pedagogică*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2009
- Calotă R., Dănciulescu D., Mărgineanțu D. (coordonare și concepție), *Consultații pentru activitatea educativă*, Timișoara, Editura EUROBIT, 1996
- Cerghit I., *Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri, strategii.*, București, Editura Aramis, 2002
- Chelcea S., Artefactele. În Chelcea S., Ivan L., Chelcea A., *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns*, București, Editura Comunicare.ro., 2005, pp.52-58
- Ciobanu M., *Didactica Științelor Biologice*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2008
- Cucoș C., *Pedagogie*, Iași, Editura Polirom, 2000

- Dinu M., *Fundamentele comunicării interpersonale*, București, Editura All, 2004
- Drăgan I., *Paradigme ale comunicării de masă*, București, Editura Șansa, 1996
- Drăgoi D. D., *Tehnici de prezentare și comunicare tehnică, Note de curs și seminar*, Universitatea din Bacău, Facultatea de Inginerie, 2009
- Durac L., *Laborator de comunicare, suport de curs*, București, Editura Institutul European, 2009
- Fârte, Ghe.-I., *Comunicarea. O abordare praxiologică*, Iași, Casa Editorială Demiurg, 2004
- Găvănescu M., *Aspecte ale comunicării în context educațional*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2006
- Ghica V., *Ghid de consiliere și orientare școlară*, Iași, Editura Polirom, 1998
- Golu P., *Fundamentele psihologiei sociale*, București, Editura Ex Pontis, 2001
- Holdevici, I., Neacșu, V., *Consiliere psihologică și psihoterapie în situațiile de criză*, București, Editura Dual Tech, 2006
- Iancu M., *Pedagogie. Comunicarea didactică. Cu exemplificări din Științele Biologice*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2012
- Iancu M., *Pedagogie Aplicată. Domeniile de competențe cheie europene în perspectiva disciplinei Biologie*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2011
- Iancu M., Fields of European key competencies in terms of education courses in Romania, in *Education Facing Contemporary World Issues, The 4th International Conference EDU-WORLD 2010*, Pitești, University of Pitesti, 2010

- Lemeni G., Tarău A., *Consiliere și orientare-ghid de educație pentru carieră*, Cluj-Napoca, Editura ASCR, 2004
- Miyake K., Zuckerman M., *Beyond Personality Impressions: Effects of Physical and Vocal Attractiveness on False Consensus, Social Comparison, Affiliation, and Assumed and Perceived Similarity*, Journal of Personality, Vol. 61 (3), Durham, North Carolina, Duke University Press. CCC, 1993
- Moscovici S. (coord.), *Psihologia socială a relațiilor cu celălalt*, Iași, Editura Polirom, 1998
- Narly C., *Pedagogie Generală*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1996
- Flichy P., *O istorie a comunicării moderne*, Iași, Editura Polirom, 1999
- Pânișoară I.-O., *Comunicarea eficientă. Metode de interacțiune educațională*, București, Editura Polirom, 2004
- Prutianu Șt., *Manual de comunicare și negociere în afaceri*, Iași, Editura Polirom, 2000
- Stancu Ș., *Relații publice și comunicare*, București, Editura Teora, 2001
- Țîrcovnicu V., *Învățământ frontal, învățământ individual, învățământ pe grupe*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1981
- Universitatea BIOTERRA din București, *RAPORT DE AUTOEVALUARE INSTITUȚIONALĂ*, București, 2013
- Wald L., *Sisteme de comunicare umană (traducere)*, București, Editura Științifică, 1973
- www.bioterra.ro
- www.personal-coaching-information.com/what-is-coaching.html



"Investește în oameni"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

ANEXA 1

FORMULAR DE CONSILIERE PROFESIONALĂ A STUDENTULUI

Nr. fișei:.....

Universitatea:.....

Facultatea:.....

Nivelul de studiu:.....

Anul de studiu:.....

Data:.....

Date personale:

Nume și prenume:.....

Data nașterii:.....

Locul nașterii:.....

Domiciliul:.....

Adresa de e-mail:.....

Telefon:.....

Date relevante despre situația familială:.....

.....

Date relevante despre grupul de prieteni:.....

.....

Date despre situația școlară:

Performanțe/note:.....

.....

Discipline de învățământ preferate:.....

.....

Discipline de învățământ mai puțin preferate:.....

Procese psihice:

- 1) motivația: intrinsecă/extrinsecă
- 2) gândirea: flexibilă/inflexibilă; convergentă/divergentă
- 3) memoria (predominantă): de scurtă durată/de lungă durată; logică/mecanică; vizuală/auditivă
- 4) atenția: concentrată/distributivă

Activități extracurriculare și extrauniversitare relevante:.....

Studii finalizate până în prezent (nivel, profil, specializare, forma de învățământ).....

Angajarea într-un loc de muncă:

În trecut: nu a fost angajat(ă)/a fost angajat(ă) la.....
.....și a ocupat postul de.....cu
normă întreagă/part time.

În prezent: nu este angajat(ă)/este angajat(ă) la.....
.....și ocupă postul decu
normă întreagă/part time.

Preocupări în legătură cu un viitor loc de muncă (loc de muncă vizat, acțiuni întreprinse, proiecte/planuri profesionale de viitor).....

Vocația profesională.....

"Harta personală a carierei" (motivații, valori, plan de carieră, luarea deciziilor, balanța aspirații-așteptări, nevoi de formare):

- 1) profil stabil;
- 2) profil indecis;
- 3) profil instabil.

Alte activități de consiliere:

A participat/nu a participat la alte activități de consiliere a
carierei

Coaching / Observații / testări / examinări:anamneza

.....
.....
.....

Teste de consiliere:.....

.....

Chestionare de consiliere:.....

.....

Recomandări:.....

.....

.....

Consilier școlar: conf. univ. dr. Mariana Iancu



"Investește în oameni!"
 Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
 Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
 Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viață activă”
 Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
 Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

ANEXA 2

CHESTIONAR DE INTERESE

Numele și prenumele studentului:
Facultatea:

Universitatea:
Anul de studiu:

- I. **ACTIVITĂȚI.** Marchează pe coloana lui „DA” activitățile care ți-ar plăcea să le desfășori. Pe coloana lui „NU”, marchează acele activități care nu îți plac sau care îți sunt indiferente

R:

DA _____ NU _____

- să repar obiecte electrocasnice;
- să cioplesc obiecte din lemn;
- să cultiv plante sau să cresc animale într-o fermă;
- să urmez un curs de proiectare tehnică;
- să ghidez la vânătoare sau pescuit.

TOTAL DA:

I:

DA NU

- să citesc tratate sau reviste științifice;
- să lucrez într-un laborator cu profil biochimic;
- să citesc despre subiecte deosebite din pură curiozitate;
- să lucrez la un proiect de cercetare științifică;
- să aplic matematica în probleme și activități practice.

TOTAL DA:

A:

DA NU

- să joc într-un film;
- să cânt într-o formație;
- să urmez un curs de tatuaj;
- să recit sau să citesc poezie;
- să fac design imobiliar.

TOTAL DA:

S:

DA NU

- să lucrez pentru Crucea Roșie;
- să am grijă de bătrâni;
- să predau într-un liceu;
- să ajut persoanele cu dizabilități;
- să-i ajut pe semenii în problemele lor personale.

TOTAL DA:

E:

DA NU

- să desfășor activități comerciale;
- să am influență asupra altora;
- să învăț strategii pentru succesul în bussines;
- să inițiez și să desfășor propria afacere;
- să monitorizez munca altora.

TOTAL DA:

C:

DA NU

- să țin evidențe detaliate ale unui buget;
- să redactez diferite documente;
- să urmez un curs de antreprenoriat;
- să urmez un curs de contabilitate;
- să operez pe calculator.

TOTAL DA:

II. **OCUPAȚII.** Arată care ocupații te interesează și te atrag, marcându-le pe coloana DA.

R:

DA NU

- pompier ISU;
- zootehnist;
- șofer de tir;
- mecanic la metrou;
- controlor.

TOTAL DA

I:

DA NU

- inspector de piață agroalimentară;
- chimist;
- redactor la ziar;
- cercetător;
- biolog.

TOTAL DA

A:

DA NU

- creator de vestimentație;
- actor în filme;
- cântăreț de muzică populară;
- creator de desene animate;
- publicist.

TOTAL DA

S:

DA NU

- profesor de colegiu;
- psihopedagog;
- director al unei tabere de vară;
- asistent maternal;
- manager educațional.

TOTAL DA

E:

DA NU

- manager agroturistic;
- director de publicitate;
- manager în industria alimentară;

- director al unui restaurant;
- ghid turistic;
- procuror.

TOTAL DA

C:

DA NU

- contabil;
- inspector financiar;
- casier;
- expert bancar;
- operator PC.

TOTAL DA

AUTOEVALUARE ȘI EVALUARE

AUTOEVALUARE. CUM SĂ-ȚI ORGANIZEZI RĂSPUNSURILE?

Numără de câte ori ai marcat DA pe fiecare coloană. Scrie pe liniile următoare numărul obținut la fiecare grup.

ACTIVITĂȚI	R	I	A	S	E	C
OCUPAȚII	R	I	A	S	E	C
SCORURI TOTALE	R	I	A	S	E	C

Literele care au cele mai mari trei valori indică codul tău personal. Scrie-l mai jos (dacă scorurile sunt egale pune ambele litere în același pătrat).

CODUL PERSONAL

cel mai mare

al doilea

al treilea

TIPUL REALIST (R) se caracterizează prin tendința de a se îndrepta spre acele activități care presupun manipularea obiectelor și a instrumentelor. Posedă aptitudini manuale, mecanice sau tehnice și este satisfăcut de acele medii profesionale care necesită un nivel optim de dezvoltare a acestor aptitudini.

TIPUL INVESTIGATIV (I) se distinge prin apetit deosebit pentru cercetare, investigare sub diverse forme și în cele mai diferite domenii (biologic, fizic, social, cultural). Are de obicei abilități matematice și științifice și preferă să lucreze singur pentru rezolvarea de probleme.

TIPUL ARTISTIC (A) manifestă atracție spre activitățile mai puțin structurate, care presupun o rezolvare creativă și oferă posibilitatea de autoexpresie. Persoanele artistice sunt înzestrate cu abilități artistice și imaginație.

TIPUL SOCIAL (S) este interesat de activități care implică relaționare interpersonală. Preferă să ajute oamenii să-și rezolve problemele sau să-i învețe diverse lucruri, decât să realizeze activități care necesită manipularea unor unelte sau mașini.

TIPUL ÎNTREPRINZĂTOR (E) preferă să lucreze în echipă, însă în primul rând cu scopul de a conduce, a ocupa rolul de lider. Evită activitățile științifice sau domeniile care implică o muncă dificilă. Are abilități oratorice și manageriale.

TIPUL CONVENȚIONAL (C) se îndreaptă spre activități care se caracterizează prin manipulare sistematică și ordonată a unor obiecte într-un cadru definit. Are abilități secretariale și matematice ceea ce îl face potrivit pentru activități administrative. Reușește să se adapteze cu dificultate la

situațiile cu grad ridicat de ambiguitate și care nu au descrise cerințe clare.

EVALUARE:

CODUL PERSONAL AL STUDENTULUI

cel mai mare

al doilea

al treilea

.....

.....

.....

.....

.....

Data:

Consilier școlar,
Conf. Univ. Dr. MARIANA IANCU
Semnătura:

ANEXA 3

TEST DE APTITUDINI PROFESIONALE (CARIERĂ PROFESIONALĂ) 1

Numele și prenumele studentului:

Universitatea:

Facultatea:

Anul de studiu:

Răspunde la următorii itemi. Alege un singur răspuns dintre cele patru variante. Pe baza răspunsurilor tale, identifică tipurile de cariere pe care ți-ar plăcea să le urmezi în funcție de personalitatea ta.

1. Într-o seară liberă, ce ți-ar plăcea să faci mai întâi:

- a) să merg la o petrecere aniversară;
- b) să navighez acasă pe internet;
- c) să îmi petrec timpul cu un hobby precum bricolajul;
- d) să merg la o piesă de teatru.

2. Ce preferi să faci la o petrecere?

- a) să primesc musafirii;
- b) să discut despre evenimentele zilei;
- c) să pregătesc masa;
- d) să mă distrez.

3. Ce secțiune a unui ziar citești mai degrabă?

- a) sfaturi pentru cititori sau editorialul;
- b) știri;
- c) sport;
- d) satiră și umor.

4. Ce carte ți s-ar oferi, mai degrabă, în dar?

- a) „Supă de pui pentru suflet”;
- b) „O scurtă istorie a vremurilor”;
- c) „Cum funcționează lucrurile”;
- d) „O carte de artă pentru măsuta de cafea”.

5. Ce ai prefera să faci în timpul tău liber?

- a) să te întâlnești cu prietenii la un ceai;
- b) să-ți faci ordine în dulapuri;
- c) să lucrezi în grădină sau să redecorezi casa;
- d) să scrii poezie.

6. Care este prima ta opțiune de film?

- a) o comedie romantică precum *Noapți albe în Seattle*;
- b) o dramă provocatoare precum *O minte sclipitoare*;
- c) un film de acțiune și aventură precum *Războiul stelelor*;
- d) un film independent precum *What the Bleep Do We Know?*

7. Cu cine ai prefera să stai la un eveniment social?

- a) cu un grup mare în care se glumește și se râde mult;
- b) cu un grup mic în care are loc o discuție animată;
- c) cu mai mulți oameni care joacă popice sau țintar;
- d) cu un individ care pare o persoană interesantă.

8. Ai șansa să participi la un reality show. Alegi:

- a) o emisiune în care aptitudinile interpersonale te ajută să câștigi;
- b) nici una; consideri că emisiunile de acest tip sunt o irosire de timp;
- c) o emisiune care îți dă șansa să muncești cu mâinile sau să îmbunătățești ceva, precum „Poftiți pe la noi!”;
- d) o emisiune în care poti câștiga pe baza talentului tău, precum *Megastar*, *Next Star* sau *“Românii au talent”*.

9. Care dintre următoarele caracteristici te descriu cel mai bine, după exprimările prietenilor tăi?

O persoană:

- a) socială;
- b) inteligentă;
- c) îndemânată;
- d) creativă.

AUTOEVALUARE ȘI EVALUARE-identificarea tipurilor de cariere în funcție de personalitatea studentului.

Rezultatele testului despre cariera potrivită

Răspunsuri în majoritate a): cariera ta potrivită implică lucrul cu oamenii. O astfel de carieră implică: mentorat, negociere, supervizare, comunicare, asistență etc. Posibile cariere pentru tine pot fi: profesor, resurse umane, consultant, asistent social etc.

Răspunsuri în majoritate b): cariera ta ideală presupune lucrul cu informația. O astfel de carieră poate include sarcini precum sintetizarea, coordonare, analiza, compilație, comparații.

Printre posibilele cariere sunt: bibliotecar, editor, web developer, organizator, detectiv particular, contabil etc.

Răspunsuri în majoritate c): preferi, în carieră, munca cu lucrurile, iar responsabilitățile pe care ți le poți asuma includ precizia în jobul pe care îl faci, controlul, condusul diverselor mașini etc. Printre posibilele joburi se numără: bucătar, instalator, mecanic, inginer etc.

Răspunsuri în majoritate d): cariera potrivită pentru tine este una creativă. Poți alege între următoarele cariere: scriitor, fotograf, cântăreț, decorator, artist grafic, designer de modă etc.

Autoevaluare:.....
.....
.....

Evaluare:.....
.....
.....

Data:

**Consilier școlar,
Conf. Univ. Dr. MARIANA IANCU
Semnătura:**



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



CNDIPT
OPFOSDRU



Asociația
Tâmplău Feminin

"Investește în oameni!"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 “Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/14/2009

ANEXA 4

TEST DE APTITUDINI PROFESIONALE (CARIERĂ PROFESIONALĂ) 2

Numele și prenumele studentului:

Universitatea:

Facultatea:

Anul de studiu:

Răspunde la următorii itemi. Alege un singur răspuns dintre cele patru variante. Pe baza răspunsurilor tale, identifică tipurile de cariere pe care ți-ar plăcea să le urmezi în funcție de personalitatea ta.

1. Cum îți place să îți petreci timpul liber?

- A. Împreună cu colegii, prietenii și familia sau în diverse activități de voluntariat pentru comunitate;
- B. Citind, scriind, desenând, pictând, sculptând, inventând lucruri noi;
- C. La shopping, în vizită la prietenii, ieșind în oraș sau mergând în noi restaurante și cluburi;
- D. Călătorind, cunoscând noi locuri sau oameni, în vizită la alții.

2. Ce tipuri de site-uri îți place să accesezi pe Internet?

- A. Site-uri de civism și activism social, precum și paginile de știri locale;
- B. Site-uri creative și interactive care promovează noi idei, mai ales bloguri;
- C. Site-uri financiare, cu știri despre antreprenoriat, piețe de capital;
- D. Site-uri cu snowboard, zborul cu parapanta, oportunități de vacanță sau evenimente outdoor.

3. Ce rol îți produce cea mai mare satisfacție la locul de muncă?

- A. Să lucrez cu cetățenii, să interacționez cu oameni diverși;
- B. Să colaborez cu colegii, șefii și clienții, să creez diverse materiale de prezentare;
- C. Să manageriez o echipă sau să îi am în responsabilitate pe alții;
- D. Să fiu mereu în vervă, într-un loc de muncă care nu respectă programul tradițional de lucru.

4. Ce responsabilități vrei să ai?

- A. Să asigur binefacere celorlalți, inclusiv sănătate, educație, siguranță;
- B. Să produc viziuni creative și să colaborez cu ceilalți pentru implementarea lor;
- C. Să gestionez bugete, bani și alte resurse ale unei instituții.
- D. Să întâlnesc zilnic oameni noi, să vizitez locuri noi.

5. Care dintre filmele de mai jos ți-au plăcut?

- A. "Doctor Dolittle", "Cercul poezilor dispăruți", "Good Will Hunting";

- B. "Diavolul se îmbracă de la Prada", "Frida", "The Artist";
- C. "Costume", "Mad Men", "The Apprentice";
- D. "Călătorie în jurul Pământului în 80 de zile", "Cursa în jurul lumii", "Globe Trekker".

AUTOEVALUARE ȘI EVALUARE-identificarea tipurilor de cariere în funcție de personalitatea studentului.

Rezultatele testului despre cariera potrivită

REZULTATE

- Răspunsuri în majoritate A. Ești genul căruia îi place să îi cultive și să-i dezvolte pe ceilalți. Joburi ideale pentru tine: **profesor, medic veterinar, asistent medical, bibliotecar, asistent social, îngrijitor de animale, activitate de tip ONG.**

- Răspunsuri în majoritate B. Ești tipul creativ de personalitate, îți place să îți folosești imaginația. Joburi ideale: **designer, creator de modă, fotograf, scriitor, designer floral, arhitect, peisagist, regizor.**

- Răspunsuri în majoritate C. Ești genul orientat către partea financiară, îți face plăcere să fii în centrul lucrurilor: **avocat, manager, economist, manager de sistem IT, specialist marketing, director financiar, manager de vânzări.**

- Răspunsuri în majoritate D. Ești profilul de personalitate aventurieră, îți place să călătorești, să cunoști oameni noi, riscurile nu te sperie, ci te atrag. Joburi posibile: **pilot, antropolog, arheolog, agent turistic, reporter, corespondent.**

Autoevaluare:.....
.....
.....

Evaluare:.....
.....
.....

Data:

**Consilier școlar,
Conf. Univ. Dr. MARIANA IANCU
Semnătura:**



"Investește în oameni!"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

ANEXA 5

FORMULAR DE CONSILIERE/ORIENTARE-TRANZIȚIA DE LA STUDIILE UNIVERSITARE

Nr. fișei:.....
Universitatea BIOTERRA din București
Facultatea:.....
Nivelul de studiu:.....
Anul de studiu:.....
Data:.....
Date personale:
Nume și prenume:.....
Data nașterii:.....
Locul nașterii:.....
Domiciliul:.....
Adresa de e-mail:.....
Telefon:.....

A desfășurat (desfășoară) /nu a desfășurat (nu desfășoară)
stagii de practică.

Stagiul de practică îl ajută/nu-l ajută în tranziția de la școală
(de la studiile universitare).

Stagiul de practică îl ajută/nu îl ajută să-și îmbunătățească abilitățile tehnice, practice.

Consideră/nu consideră că a îmbinat în stagiul de practică cunoștințele teoretice de pe parcursul studiilor de licență cu cele practico-aplicative specifice unui loc de muncă în domeniu.

A învățat în stagiul de practică.....

.....

.....

**Recomandări de consiliere/orientare-tranziția de la școală
(de la studiile universitare).....**

.....

.....

.....

.....

**Tutore al stagiului de practică (nume, prenume,
semnătură):.....**

.....

**Consilier școlar,
Conf. univ. dr. MARIANA IANCU
Semnătura:**



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OPOSORU



Asociația
Tinerii Fermieri

"Investește în oameni!"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/14/2009

ANEXA 6

FORMULAR DE PARTICIPARE LA CONSILIEREA DE GRUP ȘI COACHING

pentru facilitarea formării viziunii profesionale asupra pieței muncii
și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă

Nr. fișei:.....

Universitatea:.....

Facultatea:.....

Nivelul de studiu:.....

Anul de studiu:.....

Data:.....

Date personale:

Nume și prenume:.....

Data nașterii:.....

Locul nașterii:.....

Domiciliul:.....

Adresa de e-mail:.....

Telefon:.....

**I. Precizați participarea la activitățile de mai jos prin scrierea
literei „X” în căsuțele din dreptul lor.**

Am fost informat/informată în grup despre piața muncii. ☐

Am desfășurat activități în grup pentru facilitarea formării viziunii profesionale asupra pieței muncii.

☐

Am lucrat în echipă pentru dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă.

☐

Sunt o persoană informată, beneficiară a serviciilor de consiliere și orientare profesională.

☐

II. Completați spațiile punctate.

Echipa din care am făcut parte a avut un număr de studenți, eu fiind (se completează cu membru, leader etc.).....

.....

Metodele de bază folosite la CONSILIEREA ÎN GRUP ȘI COACHING pentru facilitarea formării viziunii profesionale asupra pieței muncii și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă au fost:.....

.....

.....

.....

**Consilier școlar,
Conf. univ. dr. MARIANA IANCU
Semnătura:**



"Investește în oameni"
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară nr. 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 “Tranziția de la școală la viață activă”
Titlul proiectului: „Cel mai bun viitor pe piața muncii”
Contract nr. POSDRU/161/2.1/G/142009

CUPRINS

CAPITOLUL 1.

INTRODUCERE. PREZENTAREA INSTITUȚIEI DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR "UNIVERSITATEA BIOTERRA DIN BUCUREȘTI". Competențele profesionale ale studenților și piața muncii.....3

- 1.1. Prezentarea instituției de învățământ superior "UNIVERSITATEA BIOTERRA DIN BUCUREȘTI".....3
- 1.2. Competențele profesionale ale studenților și piața muncii.....8

CAPITOLUL 2.

COMUNICAREA UMANĂ-NECESITATE ÎN CARIERA STUDENȚILOR.....14

- 2.1. Conceptualizarea comunicării umane.....14
- 2.2. Comunicarea umană-necesitate în cariera studenților....17
- 2.3. Comunicarea intrapersonală, interpersonală, de grup, publică, de masă.....18
- 2.4. Comunicarea verbală, paraverbală și comportamentul nonverbal.....24
 - 2.4.1. Comunicarea verbală.....24
 - 2.4.2. Comunicarea paraverbală.....30

2.4.3. Comportamentul nonverbal.....	31
--------------------------------------	----

CAPITOLUL 3.

CONSILIEREA ȘI COACHING-UL STUDENȚILOR.....41

3.1. Consilierea studenților-generalități.....	41
3.2. Planul de carieră.....	44
3.3. Conceptualizări: coaching și vocație profesională.....	49
3.4. Organizarea eficientă a consilierii și coaching-ului studenților.....	53
3.4.1. Organizarea individuală a activității de consiliere și coaching a studenților.....	54
3.4.2. Consilierea de grup și coaching pentru facilitarea formării viziunii profesionale și dezvoltarea abilităților de leadership și lucru în echipă.....	58

CAPITOLUL 4.

INSTRUMENTE NECESARE PENTRU OBTINEREA UNUI LOC DE MUNCĂ.....72

4.1. Curriculum-Vitae.....	72
4.2. Scrisoarea de intenție.....	76
4.3. Interviu.....	79
4.3.1. Interviu telefonic.....	79
4.3.2. Interviu „face to face”.....	79

BIBLIOGRAFIE.....84

ANEXA 1

FORMULAR DE CONSILIERE PROFESIONALĂ A STUDENTULUI...	87
--	----

ANEXA 2

CHESTIONAR DE INTERESE.....	90
-----------------------------	----

ANEXA 3

TEST DE APTITUDINI PROFESIONALE

(CARIERĂ PROFESIONALĂ) 1.....97

ANEXA 4

TEST DE APTITUDINI PROFESIONALE

(CARIERĂ PROFESIONALĂ) 2.....101

ANEXA 5

FORMULAR DE CONSILIERE/ORIENTARE-TRANZIȚIA DE LA
STUDIILE UNIVERSITARE.....105

ANEXA 6

FORMULAR DE PARTICIPARE LA CONSILIEREA DE GRUP ȘI
COACHING pentru facilitarea formării viziunii profesionale
asupra pieței muncii și dezvoltarea abilităților de leadership și
lucru în echipă.....107