



Opinia națională

Săptămânal de opinii, informații și idei de larg interes național

Director: Mioara VERGU-IORDACHE

Anul 20, nr. 594, 15 octombrie 2012, 8 pagini, 1 leu, www.opinianaționala.ro

Premieră la BlackBoxStudioSud – 8 femei



Pagina 4

Cadre didactice de la Facultatea de Arhitectură au participat la Simpozionul Național

MONUMENTUL - TRADIȚIE ȘI VIITOR



Foto: www.turism-neamt.info

Miercuri, 3 octombrie, în Sala Dublei Alegeri a Muzeului Unirii din Iași, a avut loc deschiderea oficială a lucrărilor celei de-a XIV-a ediții (3-7 octombrie) a Simpozionului Național Monumentul - Tradiție și Viitor, manifestare desfășurată sub sloganul *Monumentele istorice trebuie reabilitate pentru că ele reprezintă identitatea noastră națională*, cu transmiterea mesajelor de salut ale oficialităților, ale reprezentanților organizatorilor Ministerului Culturii și Patrimoniului Național, Complexului Muzeal Național „Moldova” Iași, Mitropoliei Moldovei și Bucovinei, Episcopiei Covasnei și Harghitei Direcției pentru Cultură și Patrimoniu Național Iași, Institutului Național al Patrimoniului, Uniunii Naționale de Restauratorilor de Monumente Istoric, Primăriei Municipiului Iași, Prefecturii Județului Iași.

La lucrările Simpozionului au participat, cu 73 de comunicări de un înalt nivel științific, academic,

103 persoane, specialiști de prestigiu din domeniile cercetării, conservării și restaurării monumentelor istorice, printre care și opt cadre didactice de la Facultatea de Arhitectură a Universității Spiru Haret.

Cu acest prilej, s-au lansat volumele: *Monumentul*, XIII/1-2, *Lucrările Simpozionului Național Monumentul - Tradiție și viitor*, Ediția a XIII-a, Iași, 2011, volum coordonat de Mircea Ciubotaru, Aurica Ichim și Sorin Ifțimi, Editura „Doxologia”, Iași, 2012, prezentat de cercetător dr. Andi Emanuel Mihalache și Voica Maria Pușcașu, Nicolae N. Pușcașu, *Mănăstirea Dobrovățului. Monografie istorică și arheologică*, Editura Mitropolit Iacov Putneanul, Editura Doxologia, 2012), prezentat de prof. univ. dr. Alexandru-Florin Platon.

În plen, au fost prezentate comunicări: *Omagiu arhitecturii Ioan Mincu*.

Participanții au fost invitați într-o vizită de documentare la Biserica

Banu, Biserica Sf. Sava, Teatrul Național Vasile Alecsandri Iași, monumente finalizate și în curs de restaurare în anul 2012, apoi la expoziție: *Centenar Ioan Mincu (1912-2012)*, organizată de Institutul Național al Patrimoniului, București, a prezentat, Anca Filip; *Restaurarea iconostasului Bisericii „Banu” - Iași (1802)*, curatori: Cornelia Bordașiu, Bogdan Ungurean; a prezentat conf. univ. dr. Carmen Cecilia Solomonea; *Zidiri transtemporale, broderie cu mărgelile*, de prof. Rodica Luca, curator: prof. Luca Rodica, a prezentat prof. univ. dr. Petru Bejan; *Amintiri din Iași*, experiment fotografic de Adrian Serghie.

Joi, 4 octombrie, au avut loc lucrări în Secțiunea A: *Monumentele - istorie și arhitectură*; Secțiunea B: *Tehnici și tehnologii de restaurare a monumentelor*; Secțiunea C: *Istorie și monumente*. Tot joi, 4 octombrie, s-a desfășurat

Prezentăm, în pagina 8, comunicările, în rezumat, ale cadrelor didactice de la Facultatea de Arhitectură.

Unul dintre cele mai dificile lucruri îl reprezintă capacitatea continuității și finalizării lucrurilor începute. Spun aceasta pentru a mulțumi și a felicita pe toți cei care se străduiesc să păstreze vie inițiativa și continuitatea acestui simpozion, arătând în același timp că lupta noastră împotriva diminuării și dispariției patrimoniului național trebuie să fie o grijă permanentă. Deși totul este în cele din urmă trecător pe acest pământ, trebuie să știm că în lumea eternității nu pătrund numai persoane, ci pătrunde și rodul muncii lor. Omul adevărat este o prelungire a mâinii creatoare a lui Dumnezeu, iar domeniul restaurării, al consolidării și al cercetării monumentelor istorice de pretendenți poate reprezenta o lucrare de transfigurare a lumii și de prefacere a creației.

Mitropolitul Moldovei și Bucovinei,
Înalt Preasfințitul
TEOFAN

o vizită de documentare la Cetatea Neamțului. Vineri, 5 octombrie, la Lacul Roșu, au continuat comunicările pe secțiuni.

Sâmbătă, 6 octombrie, și duminică, 7 octombrie, participanții au făcut o vizită de documentare la monumentele istorice cu probleme de conservare și restaurare în județele Harghita și Covasna, analizarea aspectelor privind degradările structurii monumentelor și a componentelor artistice ale acestora.

Academia Română, Academia de Științe Agricole și Silvicultură Gheorghe Ionescu-Șișești organizează, în 16 octombrie 2012, în Aula Academiei Române, o *Dezbatere națională* dedicată

ZILEI MONDIALE A ALIMENTAȚIEI

cu tema:

Agricultura domeniu strategic pentru securitatea și siguranța alimentară



Facultatea de Marketing și Afaceri Economice
Internationale organizează
*Programe postuniversitare de formare
și dezvoltare profesională continuă*

Pagina 3

A citi, citire...

Mioara VERGU-IORDACHE

Citiți după mine: • Un documentar ARTE susține că românii ar fi fost folosiți drept *cobai umani* pentru teste clinice • Incendiul din complexul Confort City s-a produs din cauza unui scurtcircuit la un frigider • Efectul ratei mici de promovare a bacalaureatului: numărul studenților a ajuns la minimul ultimilor 13 ani • Un grup de senatori PSD propune amnistia fiscală a dobânzilor, majorărilor de întârziere și penalităților, dacă se achită datoriile către buget • Raport bancar: octombrie, a șasea lună în care trezoreria nu își refinanțează integral datoria publică • Caloriferul este o invenție românească care trebuie promovată prin intermediul Institutului Cultural Român • Poliția Sibiu s-a autosesizat și a început o anchetă în cazul fostului președinte CA și director general al Bursei de la Sibiu, Cristian Sima, care nu mai poate fi găsit de câteva zile și care ar fi dispărut cu banii unor clienți care tranzacționau pe piețe externe printr-o firmă deținută de el • La lucrări edilitare fiecare după cum îl taie capul • Decizie cu efecte majore: Curtea de Apel București a anulat numirea companiei Franklin Templeton ca administrator al Fondului Proprietatea • Germania: inflație 2% în luna septembrie • România: scumpirea produselor alimentare a urcat rata inflației la 5,33% în septembrie, mult deasupra țintei BNR • Guvernul a aprobat un ajutor de urgență pentru 522 de angajați ai Oltechim • Primăria Capitalei a pus de la începutul anului până acum borduri de jumătate de milion de euro • Aproape toate piste pentru biciclete din București au fost declarate ilegale de Poliția Rutieră.

Și acum, eu vă mărturisesc ce epitet îmi sugerează fiecare știre de mai sus: • naivi • necivilizați • needucați • populști • cheltuitori • inabili • escroci • dezordonați • oficioși • serioși • lacomi • selectivi • hoți • iliciți.

Vă gândiți și dumneavoastră?!

Constat că există un singur cuvânt cu conotație pozitivă. Nu se referă la români! Îl dăm la o parte.

Și alcătuim o zicere: Naivi, necivilizați, needucați, populști, cheltuitori, inabili, escroci, dezordonați, oficioși, lacomi, selectivi, hoți, iliciți, românii, căci despre ei este vorba în știri, sunt cetățeni ai mileniului III, urmașii unor oameni inteligenți, educați, cu respect pentru valori, chiar dacă nu erau favorabile dorinței maselor, economi, abili, cinstiți, ordonați, generoși, cumpătați, creativi, originali, oameni care au trăit, au construit, au iubit, au respectat, au avut demnitate, încredere, au învățat, au apreciat...

Mai țineți minte??!

...Și toate aceste informații, pe care le-ați citit după mine, ne sunt aduse la cunoștință pentru a ne informa, pentru a îndrepta lucruri!

Participarea
Facultății de
Arhitectură
la Bienala
Națională de
Arhitectură

P
a
g
i
n
a
4

ASASH
împreună cu
Steelcase invită
studenții de la
Facultatea de
Arhitectură
să participe la cel
mai mare concurs
de *Arhitectură de
Interior și Design*

OPORTUNITĂȚI PROFESIONALE PENTRU STUDENȚI



Foto: Mihăiță ENACHE

În data de 11.10.2012, la ora 10,00, în sala 101, în cadrul Facultății de Sociologie- Psihologie, a avut loc o întâlnire cu reprezentanți ai ROMTELECOM în vederea prezentării oportunităților de formare și angajare în domeniu.

Astăzi, 15 octombrie, reprezentanții ROMTELECOM se vor întâlni cu studenții Facultăților de Finanțe și Bănci și Management Financiar Contabil, interesați de oportunități de carieră, în sala A6, de la ora 10,00, la sediul din strada Fabricii nr. 46 G, sector 6, București.

STUDENȚII ÎNTREABĂ. PROFESORII RĂSPUND

Astăzi, răspunde conf. univ.dr. Aurelian Virgil BĂLUȚĂ, Facultatea de Management Financiar-Contabil București

Contabilitate financiară aplicativă pentru specializarea marketing (I)

Există numeroase conexiuni între sistemul informațional contabil și sistemul informațional pentru marketing. Multe decizii ale funcției de marketing a întreprinderii au la bază fie direct date din sistemul informațional contabil, fie prelucrări ale informației contabile prin metode ale marketingului. În același timp, informațiile din marketing se completează cu cele din contabilitate, pentru decizii la nivel micro sau macro-economic.

- 1

Un argument în favoarea convergenței tuturor sistemelor informaționale economice, inclusiv între sistemul informațional contabil și cel pentru marketing, este existența unor teorii, concepte, modele dintr-un domeniu al economiei care nu pot fi testate decât apelând la fluxuri informaționale din alte părți ale economiei. Există mai multe modele, de exemplu: *modelul Lucas cu informație imperfectă* sau *modelul Klein-Goldberger*
- 2

Modelul Lucas cu informație imperfectă descrie reacția producătorului la o schimbare a prețului produsului său (Niță Dobrotă, coordonator: *Dicționar de economie*, Editura Economică, București, 1999, pag.311). Dacă este avut în vedere sistemul informațional contabil poate avea loc atât generalizarea modelului, cât și transformarea lui într-un instrument operațional al politicii de marketing la nivel de firmă. Dimensiunea optimă a producției lansate sau a achizițiilor în scop comercial vor fi adecvate pe baza acestui model operațional la nivel de firmă pe baza unei duble analize a costurilor resurselor proprii

3

Conexiunea dintre sistemul informațional pentru marketing și sistemul informațional contabil poate fi observată și din convergența datelor celor două sisteme către parametrii macro-economi. De exemplu în *modelul Klein-Goldberger*, folosit o perioadă pentru SUA, intră ca element esențial cererea de consum (Niță Dobrotă, coordonator: *Dicționar de economie*, Editura Economică, București, 1999). Dincolo de influența unei anumite doctrine economice putem să observăm că pentru un model macro-economic sunt necesare atât informații din contabilitatea sau statistica națională, cât și rezultate ale cercetărilor de marketing. În plus ne atrage atenția faptul că acest model chiar a fost testat și în plus a stat la baza altor modele economice într-o țară dezvoltată cu o economie complexă. Relația dintre firmă și client are un caracter privilegiat în cadrul funcției de marketing. În stadiul actual de evoluție a politicii de marketing din companiile multinaționale sau din cele care se bazează pe guvernanta corporatistă clientul este parte a echipei. Atât compartimentul de marketing cât și cel de contabilitate, prin cooperarea dintre ele și prin adaptarea sistemelor informaționale specifice trebuie ca prin modul de furnizare a datelor vânzătorului către client acesta să se simtă efectiv parte a echipei vânzătorului. (Kalman A. Barson: *Investigative accounting*, Van Nostrand Reinhold Company, New York). În aceste condiții orice campanie de promovare va încerca să demonstreze că este în interesul clientului în general, a celui fidel în special.

4

O parte a politicii de marketing și vânzări a firmelor este *utilizarea creditului comercial*. În astfel de situații creditorul (cel care acordă creditul comercial) va cere anumite informații de la debitor (cel care primește creditul comercial). Atunci când stabilim să vindem în regim de credit comercial unui client iar acesta este dispus să ne furnizeze informații din contabilitatea sa vom fi interesați în primul rând de soldul conturilor de trezorerie. O serie de alți indicatori din contabilitate au valoare relativă pentru politica de credit comercial: • capitalul social al clientului • profitul brut al exercițiului curent • rezultatul exercițiului anterior.

Promovarea vânzărilor firmei se face de către departamentul de marketing și prin participarea la licitații publice sau la proiecte cu finanțare nerambursabilă. În cazul obținerii finanțării nerambursabile suma de bani obținută se poate investi în obiective productive sau comerciale. Într-o afacere sau într-un proiect de tipul celor de mai sus în care este importantă dimensiunea partenerului (aplicantului). Capacitatea acestuia de a fi eligibil va fi probată cu date din contabilitate, în primul rând valoarea activelor, a capitalului social, a cifrei de afaceri, numărul mediu de personal.

5

Regimul juridic al documentelor contabile care circulă în diferitele tipuri de relații comerciale reprezintă un punct important al conexiunii dintre marketing și contabilitate. Forma clasică de comerț este *contractul de vânzare-cumpărare*. Între furnizor și cumpărător în cadrul unui contract de vânzare-cumpărare circulă obligatoriu din punct de vedere al contabilității și al gestiunii fiscale aviz de însoțire marfă și factură. Dacă în contractul de vânzare-cumpărare se prevăd și alte documente, acestea vor fi de asemenea obligatorii.

O frecvență tot mai mare o au *contractele de prestări servicii*. Între prestatorul și beneficiarul serviciilor trebuie să circule în principiu factura și procesul-verbal de recepție a serviciilor. Uneori pentru contractele de valori mici din mediul privat există confirmare pe factură inclusiv pentru prestarea serviciului. În lipsa unei mențiuni exprese, semnătura unui beneficiar sau a unui cumpărător pe factură certifică numai faptul predării documentului respectiv, nu și efectuarea livrării sau executarea prestației.

Pentru reducerea concomitență a riscurilor atât ale vânzătorului cât și ale cumpărătorului a apărut *contractul de consignatie*. În cadrul unui contract de livrare în regim de consignatie circulă între cele două părți următoarele documente: a) în faza de livrare aviz de însoțire marfă și proces-verbal de recepție; b) în faza de decontare factură; c) în faza de urmărire a parametrilor contractuali procesul-verbal de inventariere a bunurilor aflate în consignatie.

6

Pentru a-și promova vânzările firmele de distribuție, importatorii sau producătorii în calitate de furnizori livrează frecvent la firmele de retail în calitate de beneficiari în *regim de plată la vânzare* marfă. În cazul acestui tip de vânzare operațiunile de decontare sunt urmărite pe baza următoarelor informații din contabilitate: valoare stoc inventar, valoare livrări, valoare plăți. Relația de calcul utilizată este: $D = L - P - SF$ (1), în care: D= datorie

Nr. crt.	Indicator de marketing	Poziția în contabilitatea furnizorului	Poziția în contabilitatea beneficiarului	Observații
1	D= datorie firmă de retail față de firma de distribuție, import sau de producție la data inventarului	Sold debitor al contului clienți	Sold creditor al contului furnizori	Înregistrare pe conturi analitice conform procedurilor contabile ale fiecărei organizații
2	L= livrări către firma de retail (valoare brută inclusiv TVA)	Rulaj debitor al contului clienți	Rulaj creditor al contului furnizori	Înregistrare pe conturi analitice conform procedurilor contabile ale fiecărei organizații
3	P= plăți ale firmei de retail	Rulaj debitor al conturilor de trezorerie (banca sau casa) sau rulaj creditor al contului clienți	Rulaj creditor al conturilor de trezorerie (bancasau casa) sau rulaj debitor al contului furnizori	Rulajul contului banca poate fi probată cu documente de la un terț (extrasul de cont) cu mare putere probatorie
4	SF= stocul la data inventarierii (valoare brută inclusiv TVA).	Sold debitor cont mărfuri la terți	Sold debitor al contului în afara bilanțului „mărfuri ale terților”	Organizarea contabilității în afara bilanțului are un grad mai mic de normalizare contabilă

Tabelul numărul 1: Corelația dintre indicatorii de marketing și sistemul informațional contabil în cazul livrărilor cu plata la vânzare

7

Printre instrumentele specifice de marketing se află campania de promovare a unui anumit produs sau serviciu. Prin campanie de promovare înțelegem în acest paragraf oferirea spre vânzare a unor mărfuri cu preț mai mic decât cel de raft. În proiectarea unei campanii promoționale și în analiza efectelor sale informația contabilă este necesară pentru a urmări *trei restricții*: *restricția privind succesul campaniei*, *restricția privind legalitatea campaniei* și *restricția privind pragul de rentabilitate*.

Informațiile contabile necesare privind *restricția de succes a campaniei de promovare* vizează atingerea obiectivului economic al campaniei. De regulă obiectivul campaniilor de promovare îl reprezintă creșterea vânzărilor, a marjei brute totale și implicit a profitului. Creșterea vânzărilor trebuie să fie mai mare decât scăderea prețului. Relația de calcul folosită atât în etapa de proiectare a promoției cât și în cea de evaluare este: $(p1-cv)*q1>(p0-cv)*q0$ (2), în care: **p1** este prețul în timpul campaniei de promovare; **cv** este costul unitar variabil; **q1** este cantitatea vândută în timpul campaniei de promovare; **p0** este prețul înainte de campania de promovare; **q0** este cantitatea vândută fără campanie de promovare. Obiectivul campaniei de promovare este, conform acestei formule, *să crească marja brută totală a produselor proprii în condiții de promoție față de perioada anterioară fără promoție*. Această relație este, practic, condiția pentru ca o campanie de promovare să fie încununată de succes din punct de vedere al profitului firmei. Campania de promovare este, la rândul ei, parte a strategiei firmei de atingere a obiectivului de vânzări pentru un interval de timp.

9

În afara restricției legale de reducere a prețului, apare și *restricția privind pragul de rentabilitate*. Conform acestei restricții, o firmă poate să acorde reducere de preț fără riscul de a genera pierderi nerecuperabile până la nivelul costului unitar variabil. Pentru acesta se preiau date din contabilitate pentru a stabili elementele de calcul ale pragului de rentabilitate. Calculul pragului de rentabilitate se face, după stabilirea de către contabilitate a costurilor fixe și a celor variabile, în două etape. În etapa 1, se calculează marja brută unitară ca diferență dintre prețul unitar și costul variabil unitar. În etapa a 2-a, se calculează pragul de rentabilitate (indicator fizic) ca raport între costurile fixe totale și marja brută unitară. De obicei, pragul de rentabilitate primește denumirea completă, respectiv cantitatea la nivelul pragului de rentabilitate. În majoritatea cazurilor, specialiștii din compartimentul de marketing au nevoie să fie calculată și valoarea la nivelul pragului de rentabilitate pentru a stabili minimul pentru targetul (ținta) de vânzări. Valoarea la nivelul pragului de rentabilitate este produsul dintre cantitatea la nivelul pragului de rentabilitate și prețul

1.
- Cum argumentați compatibilitatea și conexiunea între sistemul informațional pentru marketing și sistemul informațional contabil?
2.
- La ce se referă *modelul Lucas cu informație imperfectă*?
3.
- Dar *modelul Klein-Goldberger*?
4.
- Cum influențează informația contabilă stabilirea tehnicilor de vânzare?
5.
- Are *regimul juridic al documentelor contabile care circulă în diferitele tipuri de relații comerciale* vreun rol în conexiunea dintre marketing și contabilitate?
6.
- Ce informații din contabilitate sunt utilizate în cazul *regimului de plată la vânzare marfă* ?
7.
- Care sunt informațiile din contabilitatea managerială necesare în campania de promovare?
8.
- La ce se referă *restricția privind legalitatea campaniei*?
9.
- În afara *restricției legale de reducere a prețului*, mai apare și altă restricție?

firmă de retail față de firma de distribuție, import sau de producție la data inventarului; L= livrări către firma de retail (valoare brută inclusiv TVA); P= plăți ale firmei de retail; SF= stocul la data inventarierii (valoare brută inclusiv TVA). Fiecare din datele necesare pentru relația (1) sunt confirmate de contabilitatea fiecăreia dintre firme, conform informațiilor prezentate în Tabelul numărul 1.

În scopul optimizării costurilor fiscale ale ambilor parteneri este utilizată *metoda decontării pe bază fiscală zero* (Aurelian Virgil Băluță: *Contabilitate și gestiune fiscală*, Editura Fundației România de Măine, București, 2007). Pe baza soldului de marfă livrată de furnizor unei unități comerciale și nevândută la sfârșitul perioadei fiscale se întocmesc pe lângă documentele menționate mai sus: • factura de retur a unității comerciale către furnizor de valoare egală cu stocul de marfă ne-vândută; • procesul-verbal de custodie a mărfurilor la sfârșitul perioadei fiscale; • factura actualizată la începutul unei noi perioade fiscale • actul de anulare a procesului-verbal de custodie.

8

Restricția privind legalitatea campaniei introduce condiția de a nu încălca dispozițiile legislației comerciale. Conform acestora, prețul aplicat în timpul promoției nu trebuie să fie sub nivelul costului. Pentru acesta, firma va avea nevoie de calculațiile din contabilitatea de gestiune (managerială) privind costul total al articolelor care fac obiectul campaniei de promovare. Aplicarea regulilor concurenței oneste permite ca o firmă să poate să vândă populației, sub nivelul costului, în situațiile expres nominalizate de legislație. În cazul acțiunilor promoționale, așa cum am mai arătat, nu este permisă vânzarea sub cost. Pentru a gestiona performanța campaniei de promovare și a se încadra în restricțiile legislației, firma va utiliza următoarele date din contabilitate: vânzări pe fiecare sortiment, tip, dimensiune, cod de marfă înainte de campania promoțională, în timpul campaniei promoționale și după campania promoțională.

unitar. În tabelul numărul 2 este prezentat sintetic, pe un exemplu numeric concret, modul de calcul al indicatorilor cantitate și valoare, la nivelul pragului de rentabilitate.

Nr.crt.	Indicator	Valoare indicator (lei)
1	Preț unitar	770
2	Cost unitar variabil	670
3	Costuri fixe totale	100.000
4	Marja brută unitară (r.1- r.2)	100
5	Cantitate prag echilibru (r.3/r.4)	1.000
6	Valoare prag echilibru (r.1*r.5)	770.000

Tabelul numărul 2: Calculul cantității și valorii la nivelul pragului de rentabilitate - simulare numerică

Facultatea de Marketing și Afaceri Economice Internaționale organizează

PROGRAME POSTUNIVERSITARE DE FORMARE ȘI DEZVOLTARE PROFESIONALĂ CONTINUĂ

Începând cu anul universitar 2012-2013 în cadrul Facultății de Marketing și Afaceri Economice Internaționale vor funcționa **programele postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă** - avizate de către MECTS prin adresa nr. 58666 din 25.09.2012 -, după cum urmează:

● **MARKETINGUL ȘI MANAGEMENTUL SERVICIILOR ÎN INDUSTRIA HORECA**

Misiunea programului: Asigurarea de cunoștințe și competențe absolvenților prin nivelul profesional ridicat al educației și calitatea academică a cercetării. Cursanții sunt încurajați să-și dezvolte potențialul creativ și aptitudini necesare domeniului serviciilor specifice industriei hotelurilor, restaurantelor și cafenelelor prin responsabilizarea directă a acestora. Disciplinele sunt proiectate în așa fel încât să ofere cursanților o înțelegere aprofundată a domeniului serviciilor specifice industriei hotelurilor, restaurantelor și cafenelelor, dar și practici și cunoștințe aflate la granița mai multor domenii de activitate. Prin misiunea asumată, programul se încadrează în coordonatele misiunii generale a universității, de a crea, valorifica și disemina cunoștințe, prin dezvoltarea unui mediu de cercetare și învățământ bazat pe excelență, în care atragerea, dezvoltarea și promovarea valorilor științifice și didactice primează.

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei înalte pregătiri în domeniul serviciilor specifice industriei hotelurilor, restaurantelor și cafenelelor în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale domeniului serviciilor specifice industriei hotelurilor, restaurantelor și cafenelelor și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii specifice în contexte apropiate de situațiile reale ale pieței prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în întreprinderi private, cât și în organizații din sectorul public.

Domeniul de licență acreditat	Denumirea programului postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă	Nr. total ore	Nr. ECTS	Taxa de studiu (RON)
Marketing	Marketingul și Managementul Operațiunilor Logistice	180	20	2.000
Marketing	Marketingul și Managementul Serviciilor	180	20	2.000
Marketing	Marketing și Management Turistic	180	20	2.000
Marketing	Marketingul și Managementul Situațiilor de Urgență	180	20	2.000
Marketing	Marketingul și Managementul Serviciilor în Industria HoReCa	90	10	1.400
Marketing	Marketingul și Managementul Administrației Vamale	90	10	1.400
Marketing	Marketingul Turismului de Croazieră și Agreement	40	4	1.000
Marketing	Marketing Aplicat în Industria Modei	40	4	1.000

● **MARKETING ȘI MANAGEMENT TURISTIC**

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei înalte pregătiri în domeniul marketingului și managementului turistic în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale domeniului marketingului și managementului turistic și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii în domeniul marketingului și managementului turistic în contexte apropiate de situațiile reale ale pieței prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în întreprinderi private, cât și în organizații din sectorul public.

Obiectivele programului: La absolvirea programului, cursanții vor trebui să:

- cunoască piața serviciilor turistice;
- dobândească o înțelegere cuprinzătoare și avansată a conceptelor și problematicilor specifice marketingului turistic
- cunoască modelele de comportament al consumatorului de servicii turistice
- își îmbunătățească substanțial expertiza profesională și eficacitatea la locul de muncă prin intermediul temelor practice;
- înțeleagă potențialul managementului resurselor umane în turism;
- aibă cunoștințe referitoare la managementul relațiilor cu turiștii;
- deprindă abilități legate de etica și negocierea în turism;
- cunoască și să pună în practică tehnicile de comunicare în turism;
- poată pune în aplicare strategiile corporatiste în turism;
- dobândească experiență legată de dezvoltarea regională în turism.

● **MARKETINGUL ȘI MANAGEMENTUL OPERAȚIUNILOR LOGISTICE**

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei înalte pregătiri în domeniul logistic în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale domeniului logisticii și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii logistice în contexte apropiate de situațiile reale ale întreprinderilor prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în întreprinderi private, cât și în organizații din sectorul public.

Obiectivele programului: La absolvirea programului, cursanții vor trebui să:

- cunoască piața serviciilor logistice;
- dobândească o înțelegere cuprinzătoare și avansată a conceptelor și problematicilor specifice unui lanț logistic;
- cunoască modelele utilizate în conducerea fluxurilor și gestiunea stocurilor, precum și în conceperea arhitecturii rețelelor logistice;
- își îmbunătățească substanțial expertiza profesională și eficacitatea la locul de muncă prin intermediul temelor practice;
- înțeleagă potențialul managementului logistic în crearea relațiilor în lanțul de furnizare-livrare pentru reducerea costurilor cu organizarea sa;
- aibă cunoștințe referitoare la asigurarea mărfurilor în context intern și internațional;
- deprindă abilități legate de transportul internațional de mărfuri;
- cunoască strategiile de promovare.

● **MARKETINGUL ȘI MANAGEMENTUL SITUAȚIILOR DE URGENȚĂ**

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei înalte pregătiri în domeniul situațiilor de urgență în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale domeniului situațiilor de urgență și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii în domeniul situațiilor de urgență în contexte apropiate de situațiile reale ale pieței prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în întreprinderi private, cât și în organizații din sectorul public.

Obiectivele programului: La absolvirea programului, cursanții vor trebui să:

- cunoască piața serviciilor și produselor pentru situațiile de urgență;
- dobândească o înțelegere cuprinzătoare și avansată a organizării și funcționării Sistemului Național de Management al Situațiilor de Urgență;
- cunoască modelele și metodele utilizate în logistica situațiilor de urgență;
- își îmbunătățească substanțial expertiza profesională și eficacitatea la locul de muncă prin intermediul temelor practice;
- înțeleagă potențialul de comunicare profesională în situații de urgență;
- aibă cunoștințe referitoare la instrumentele de management al situațiilor de urgență;
- deprindă abilități legate de performanțele de marketing ale resurselor în situații de urgență;
- cunoască strategiile de cooperare internațională în situații de urgență.



● **MARKETINGUL ȘI MANAGEMENTUL SERVICIILOR**

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei înalte pregătiri în domeniul serviciilor în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a oferi soluții pentru problemele complexe ale domeniului serviciilor și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a înțelege mai în amănunt domeniul serviciilor în contexte apropiate de situațiile reale ale întreprinderilor prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa

poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în întreprinderi private, cât și în organizații din sectorul public.

Obiectivele programului: La absolvirea programului, cursanții vor trebui să:

- cunoască strategiile de marketing și comunicare în servicii;
- dobândească o înțelegere cuprinzătoare și avansată a conceptelor și problematicilor specifice economiei serviciilor internaționale;
- cunoască metodele utilizate în comercializarea serviciilor logistice;
- își îmbunătățească substanțial abilitățile de negociatori și să cunoască uzanțele de protocol;
- înțeleagă potențialul managementului serviciilor;
- aibă cunoștințe referitoare la publicitate;
- deprindă abilități legate managementul relațiilor cu clienții.

● **MARKETINGUL TURISMULUI DE CROAZIERĂ ȘI AGREMENT**

Misiunea programului: Asigurarea de cunoștințe și competențe absolvenților prin nivelul profesional ridicat al educației și calitatea academică a cercetării. Cursanții sunt încurajați să-și dezvolte potențialul creativ și aptitudini specifice domeniului marketingului turismului de croazieră și agrement prin responsabilizarea directă a acestora. Disciplinele sunt proiectate în așa fel încât să ofere cursanților o înțelegere aprofundată a domeniului marketingului turismului de croazieră și agrement. Prin misiunea asumată, programul se încadrează în coordonatele misiunii generale a universității, de a crea, valorifica și disemina cunoștințe, prin dezvoltarea unui mediu de cercetare și învățământ bazat pe excelență, în care atragerea, dezvoltarea și promovarea valorilor științifice și didactice primează.

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei pregătiri de specialitate în domeniul marketingului turismului de croazieră și agrement în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale turismului de croazieră și agrement și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii în domeniul marketingului turismului de croazieră și agrement în contexte apropiate de situațiile reale ale pieței prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în firme private, cât și în organizații din sectorul public.

● **MARKETING APLICAT ÎN INDUSTRIA MODEI**

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei pregătiri de specialitate în domeniul marketingului aplicat în industria modei în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale industriei modei și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii în industria modei în contexte apropiate de situațiile reale ale întreprinderilor prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc, atât în firme private, cât și în organizații din sectorul public.

Obiectivele programului: La absolvirea programului, cursanții vor trebui să:

- cunoască piața industriei modei și a produselor de lux;
- dobândească o înțelegere cuprinzătoare și avansată a conceptelor și problematicilor specifice marketingului și comunicării în industria modei;
- cunoască modelele utilizate în cercetarea pieței și comportamentului consumatorilor de produse de lux;
- își îmbunătățească substanțial expertiza profesională și eficacitatea la locul de muncă prin intermediul temelor practice;
- înțeleagă potențialul managementului și inovării în industria modei.

● **MARKETINGUL ȘI MANAGEMENTUL ADMINISTRAȚIEI VAMALE**

Scopul programului: Oferirea către cursanți a unei înalte pregătiri în domeniul marketingului și managementului administrației vamale în așa fel încât aceștia să fie capabili să facă față mai bine în confruntarea cu noile provocări economice. În urma absolvirii programului, cursanții vor avea capacitatea de a aplica tehnici și modele care se constituie în soluții pentru problemele complexe ale domeniului marketingului și managementului administrației vamale și vor dobândi cunoștințe metodologice, instrumentale și practice. Fiecare cursant își va dezvolta capacitatea de a elabora strategii ale domeniului marketingului și managementului administrației vamale în contexte apropiate de situațiile reale ale pieței prin proiecte, cursuri, studii de caz etc., în care un rol aparte îl vor avea analiza, reflecția, sugestia, controlul, capacitatea de a pune în practică cunoștințele teoretice. Prin absolvirea acestui program cursanții vor putea ocupa poziții de răspundere la nivel de management de top și de mijloc.

Obiectivele programului: La absolvirea programului, cursanții vor trebui să:

- cunoască și să poată pună în practică elemente legate de tranzacțiile internaționale;
- își îmbunătățească cunoștințele privitoare la legislația vamală și la procedurile vamale;
- dobândească o înțelegere cuprinzătoare și avansată a conceptelor și problematicilor specifice managementului activității vamale;
- își îmbunătățească substanțial expertiza profesională și eficacitatea la locul de muncă prin intermediul temelor practice;
- aibă cunoștințe referitoare la comunicarea profesională în domeniu;
- deprindă abilități în sfera de acțiune a regimului și datorii vamale.

Primul gong în stagiunea 2012-2013 la Black Box Studio Sud

Spectacolul 8 femei, de Robert Thomas

Conf.univ.dr. George GRIGORE

Totul a început spectaculos. Studenții forfotesc pe holuri, în sălile de curs și în biblioteci. Se repetă cu fervoare la diferite proiecte: Caragiale, Cehov, Shakespeare, Moliere etc. La studioul nostru teatral studențesc *Black Box Studio Sud* se simte emoția premierei.

Mă strecur aproape nevăzut printre studenți și pătrund în decorurile create de către Ștefania Ghiță și Dana Paraschiv pentru a viziona o montare deosebită a piesei *8 femei*, de către Robert Thomas. Suspans polițienesc și intrigă a la *Agatha Christie* ne urmăresc chiar de la începutul piesei, când aflăm despre o crimă pe care nu o vedem, ea fiind ascunsă și chiar înscuiată cu cheia. Petele de sânge de pe mâinile cameristei și țipetele celor prezenți sunt convingătoare și



Foto: Mihăiță ENACHE

fac ca întreaga atmosferă de sărbătoare de la început să fie dată peste cap. Scheme și intrigă, deducții și certuri exaltă pe această temă: *Cine este ucigașul?* Numai fiind prezenți la spectacol veți afla adevărul. Clasa anului III, coordonată de către conf. univ. dr. Adriana Piteșteanu, conf. univ. drd. Vlad Rădescu și asist. univ. drd. Vladimir Anton, a reușit să ducă la bun sfârșit acest spectacol cu

o distribuție formată din următorii studenți, în ordinea apariției în scenă: Cristina Ceașu/Roxana Andreea Neagu - *Louise*, Mădălina Șerban - *Chanel*, Teodora Nedelcu - *Mamy*, Dana Paraschiv/Andreea Ghiță - *Suzon*, Mădălina Gheorghiuță - *Gaby*, Mihaela Serdaru - *Florance*, Carmen Manac - *Catherine*, Cristina Paraschiv/Raluca Zlatanov - *Pierrette*. Îndrumarea regizo-

ră meritorie aparține conf. univ. dr. Adriana Piteșteanu.

Așadar, miercuri, 10 octombrie, ora 19, vineri, 12 octombrie, ora 19, și duminică, 14 octombrie, ora 11, spectatorii ne-au fost alături în dezlegarea acestui mister, iar cele 8 femei au adus bucuria unei zile împlinite cu adevărat.

Intrarea este gratuită. Vă așteptăm cu drag și la următoarele reprezentații!

Facultatea de Medicină Veterinară

La întâlnirea cu viitoarea profesie

Căldura și încurajarea au fost coordonatele primirii studenților în anul universitar 2012-2013 la Facultatea de Medicină Veterinară. Conf. univ. dr. Carmen Berghes, decanul facultății, le-a prezentat îndatoririle și cerințele statutului de student într-o notă optimistă. Sfaturi de urmat pentru studenții de anul I au venit din partea directorului de departament, conf. univ. dr. Violeta Simion, și a conf. univ. dr. Viorel Andronie, președintele *Colegiului Medicilor Veterinari* din România. Mesajul îndrumătorului anului I, conf. univ. dr. Ioana Cristina Andronie, adresat studenților, a fost de mobilizare pentru studiu individual. Și celelalte cadre didactice, de la disciplinele Preclinice și Clinice, prezente în sală, i-au încurajat și susținut pe studenți în alegerea profesiei de medic veterinar, vorbindu-le despre satisfacțiile profesiei pentru care au ales să se pregătească. De altfel, datorită diversității ofertelor de muncă în domeniul medical-veterinar (medic de fermă, medic de cabinet, reprezentant comercial produse și aparate veterinare, laboratoare sanitar-veterinare, laboratoare de cercetare, direcții sanitar-veterinare, centre de protecție animale etc.), tinerii noștri absolvenți au fost angajați în posturi de specialitate, în domeniul medical veterinar, în proporție de 90% (statistica pentru 2010-2011).



Facultatea de Medicină Veterinară funcționează într-un sediu nou, corespunzător cerințelor pentru desfășurarea orelor la disciplinele preclinice, situat în bulevardul *Energeticienilor* nr.9-11, în noi săli de curs alocate de conducerea Universității *Spiru Haret*. Pentru un învățământ performant au fost amenajate: biobaza, în incinta facultății, Centrul de cercetare, în spațiu separat de cel dedicat activităților didactice.



Aici, Asociația Studenților organizează acțiuni de interes, proiecte cu impact social, cum ar, de pildă, recentul *Târg de adopții animale*.

Studenții au fost invitați să participe la activitatea de cercetare, în contracte de tip grant, câștigate prin competiție (Contract MECS - fond structural european) și contractare directă (de exemplu cu Institutul Național pentru Fizica Laserilor, Plasmei și Radiației - Măgurele).

După o astfel de primire, studenții s-au angajat să răspundă prin rezultate condițiilor oferite.

Șef de lucrări dr. Cristina DINU



Participarea Facultății de Arhitectură la Bienala Națională de Arhitectură

După cum *Opinia națională* v-a informat, la invitația organizatorilor, Facultatea de Arhitectură a Universității *Spiru Haret*



Richard ENGLAND

participă la Bienala Națională de Arhitectură - 15 octombrie-15 noiembrie, cu panouri de prezentare a facultății, ce cuprind:

- prezentarea obiectivelor fundamentale și structurării învățământului de arhitectură în cadrul Facultății de Arhitectură *USH*

- imagini din timpul desfășurării: activităților de atelier și jurizare, workshop-urilor, prelegerilor cu invitați (arhitecți recunoscuți pe plan internațional, printre care se numără: Valerio Olgiati, Elia Zenghelis, Richard England, Doris Walchli și Ueli Brauen, Dorin Ștefan, Șerban Sturduza, Alexandru Beldiman, frații Daniel și Maximilian Zielinski)
- imagini ale proiectelor de an semnificative (*Proiect de Reabilitare a Morii lui Asan* - București; *Muzeu la Romula*; *Centru Spa la Sibiu*), ce ilustrează preocupările facultății în domeniul valorificării patrimoniului, studiului integrat al arhitecturii și urbanismului, problematicei privind integrarea obiectului de arhitectură în cadrul natural și construit.

De asemenea, facultatea prezintă patru dintre lucrările de diplomă ale studenților din sesiunea de diplomă iulie 2011: • *Centru de dezvoltare personală* - *Rahova*, student arhitect Felix Dondera, îndrumător: conf. dr. arh. Ana Maria Hariton • *Bazin olimpic de înot la Târgu-Mureș*, student arhitect Ionel Pascu, îndrumător: dr. arh. Dan Agent • *Campus universitar - reabilitare Cet Grozăvești*, student arhitect Dragoș Radu, îndrumător: conf. dr. arh. Ana Maria Hariton • *Centru multifuncțional cultural și de agrement la Focșani*, student arhitect Oana Sfătuța, îndrumător: prof. dr. arh. Zoltan Takacs

Suntem convinși că prezența în cadrul acestei manifestări la nivel național va contribui la o mai bună cunoaștere a facultății, a preocupărilor ei în domeniile prioritare ale învățământului și proiectării de arhitectură, precum și a nivelului de pregătire a absolvenților arhitecți harețiști.

ASASH împreună cu Steelcase invită studenții de la Facultatea de Arhitectură să participe la cel mai mare concurs de Arhitectură de Interior și Design



VOID to SPACE
DESIGN
THE NEXT
OFFICE

Void to Space: Design the next office este un concurs național de arhitectură de interior și design, care își propune să deschidă un dialog cu tinerii arhitecți și designeri pe tema spațiilor de lucru ale viitorului și obiectele din cadrul lor.

Parte a campaniei de celebrare globală a centenarului *Steelcase* - producătorul numărul unu mondial în mobilier de birou - concursul, aflat la prima ediție, se dorește a fi un exercițiu de imaginație pentru a crea concepte universale pentru spațiile de lucru moderne, în răspuns la nevoile generațiilor viitoare.

Un concurs organizat de *Steelcase* România și *Corporate Office Solutions* (COS), susținut de UAUIM și RoGBC. Pentru a afla mai multe detalii puteți vizita site-ul oficial al concursului *Void to Space: Design the Next Office*.

Esti student sau tânăr absolvent al unei facultăți de arhitectură sau design? Primești provocarea de a-ți imagina cum vor arăta spațiile de lucru în viitor și obiectele din cadrul lor? Atunci nu uita să te înregistrezi în concursul Void to Space: Design the Next Office până la data de 25 octombrie 2012.

Artă contemporană chineză (II)

Yue Minjun

Născut în provincia Heilongjiang, la Daqing, în 1962, Yue Minjun propune privitorilor o pictură dominată de o tentă veselă și optimistă. Inspirat din publicitate și desene animate, autoportretele lui Yue sunt pline de autoironie și critică. Chipul artistului, devenit un laitmotiv roz, a făcut ca pictura lui Yue să devină rapid recognoscibilă în galeriile și muzeele lumii. Atât acest lucru, cât și realismul pictural accentuat l-au propulsat rapid ca unul dintre cei mai importanți artiști contemporani chinezi. Dacă la începutul anilor '90, lucrările lui se vindeau cu 1500 de dolari, acum, acestea ajung la milioane. Recordul lui Yue s-a stabilit în octombrie 2007, cu lucrarea *Execuția lui Maximilian*, ce a fost vândută, cu 5,9 milioane de dolari, la casa de licitații *Sotheby's* din Londra. Inspirată de lucrarea omonimă a lui Edouard Manet cu execuția împăratului Maximilian al Mexicului, pictura lui Yue a iscat ceva controversate referitoare la ușoarele tente politice, pe care

artistul, însă, le-a infirmat rapid. Interpretarea picturii lui Manet a fost realizată într-o puternică tentă *Pop-Art*, în care domină rozul caracteristic lui Yue. Lucrările lui Yue fac referire la idealuri și la idoli, el declarându-și în nenumărate rânduri admirația față de idoli contemporani. Acest lucru l-a determinat să încerce o autoidolatrizare, prin repetatele autoportrete zâmbitoare (fig. 1).



fig. 1. Yue Minjun, *Fără titlu*, ulei pe pânză, 220,3 x 200 cm, 2005

În realizarea autoportretelor sale, Yue nu se folosește de oglindă pentru schițe, ci de fotografii, artistul pozând în fața camerei digitale în nenumărate ipostaze zâmbitoare, pe care le transpune pe pânzele viu colorate. Zâmbetul la Yue reprezintă atât o critică la adresa societății și a conformării sociale în care trăim, cât și o parodie la adresa realităților contemporane. „La început, crezi că personajul meu este fericit, apoi, după ce privești mai cu atenție, descoperi că este vorba despre altceva” spune Yue. Despre clonarea sinelui și simulacul fericirii a pictat și repictat Yue, în toate ipostazele posibile: artistul lângă Statuia Libertății din New York (fig. 2) sau cântând (fig. 3). Oare artistul chinez încearcă să redea absurdul cotidian? Sau încearcă să redea rezultatul „vesel” al globalizării și pierderea identității și a personalității într-o lume din ce în ce mai uniformă?



fig. 2. Yue Minjun, *Fără titlu*, ulei pe pânză, 170 x 140 cm, 2005



fig. 3. Yue Minjun, *Muzician*, ulei pe pânză, 100 x 80 cm, 2003

Asist. univ. dr. Ioana CIOCAN,
Universitatea Națională de Arte din București, www.ioanaciocan.com

Să ne cunoaștem profesorii

Prof. univ. dr. Petru LISIEVICI - un împătimit al educației

Gabriel NĂSTASE

În dicționarele și în lucrările de specialitate, pedagogia este definită ca știință, ca artă, ca un „ansamblu de teorii care asigură fundamentarea unei concepții despre dirijarea logică a activității de educație”, (Coudray, Leandre, *Lexique de sciences de l'éducation*) sau ca știință și arta de a instrui și a forma individualități umane „permițând fiecăruia realizarea sa ca personalitate și ca inteligență” (*Dictionnaire de la philosophie, Larousse, Paris*). Mai simplu spus, pedagogia este știința care studiază fenomenul educațional. Ea se ocupă de formarea personalității umane, în vederea integrării sale active, creatoare, în viața socială. Și poate fi, din perspectivă socială, ceva mai important decât acest fapt? Poate fi, altfel spus, ceva mai nobil ori mai prețios, decât pregătirea noilor generații în vederea integrării lor armonioase în societate?

Astfel de întrebări par a-l fi preocupat, încă de la vârsta adolescenței, pe cel ce avea să devină prof. univ. dr. Petru Lisievici. În aflarea unui răspuns cât mai complet, imediat după absolvirea liceului (1971), tânărul Petru Lisievici susține examenul de admitere la Facultatea de Filosofie a Universității București, a cărei Diplomă de Licență (de Merit) Pedagogie-Engleză o obține patru ani mai târziu (1975). După

aproape două decenii de activitate susținută atât practic, în domeniul învățământului, dar și teoretic, în cercetarea fenomenului educațional, Petru Lisievici pregătește, între 1993-1996, teza de doctorat, pe care o susține, în 1996, la Universitatea din București, cu titlul *Calitatea învățământului - Evaluarea calității învățământului; conceperea și implementarea de programe pentru optimizarea învățământului la nivel instituțional, de ciclu sau sistem de învățământ*. Devenind *doctor în pedagogie*, prof. univ. dr. Petru Lisievici se dedică în întregime activității de formare a viitorilor specialiști în domeniu. După o scurtă trecere prin învățământul preuniversitar și în calitate de cercetător științific principal, ocupându-se de teme privind dezvoltarea curriculară, calitatea învățământului, evaluarea educațională etc, ori de proiecte internaționale, alături de experți ai Băncii Mondiale, din 1995 optează definitiv pentru învățământul universitar, devenind lector universitar în cadrul Facultății de Sociologie și Asistență Socială a Universității din București, unde rămâne până în 1998. Urcând treptele carierei didactice, devine, în 1998, conferențiar universitar doctor la Facultatea de Sociologie și Asistență Socială a Universității din București, apoi la Facultatea de Psihologie și



Științele Comunicării a Universității Ecologice din București, pentru ca, între 2002-2003, să-l întâlnim ca prof. univ. dr. la Facultatea de Psihologie a Universității Titu Maiorescu din București.

Din februarie 2003, prof. univ. dr. Petru Lisievici s-a alăturat corpului profesoral de elită din cadrul Universității Spiru Haret, fiind, în prezent, decanul Facultății de Psihologie și Pedagogie din Brașov.

Atestat de Colegiul Psihologilor din România ca *Psiholog principal, cu drept de practică independentă și supervizare în domeniul Psihologie educațională*, cod 00026, prof. univ. dr. Petru Lisievici este membru al mai multor organizații profesionale de prestigiu, ca: *International Association for Educational Assessment*, membru, 1992 – 1996; *Asociația de Psihologie Analitică din România*, membru fondator din 2001 și în prezent; *Asociația Psihologilor din România*, membru din 2002 și în prezent. Activității din cadrul acestor asociații i se adaugă o bogată experiență managerială, participarea la numeroase proiecte de cercetare științifică, publicarea a numeroase lucrări de specialitate (șase volume de autor, coautor la patru volume de specialitate, peste cincizeci de studii în publicații de specialitate din țară și din străinătate.

Pentru ce mergem la Operă?

• *Carmen, Rigoletto* și *Spărgătorul de nuci*, teme ale întâlnirilor interactive cu publicul, susținute de dirijorul Tiberiu Soare, la *Opera Națională București*

Programul cultural *Pentru ce mergem la Operă?*, ce s-a dovedit unul de mare succes în stagiunea trecută a *Operei Naționale* București, s-a reluat și în stagiunea 2012-2013. Organizat de Fundația *Calea Victoriei* împreună cu *Opera Națională* București și susținut de dirijorul Tiberiu Soare, programul își dorește să inițieze tinerii și publicul larg în frumusețea și complexitatea muzicii de operă și balet. Tiberiu Soare propune o incursiune fascinantă printre portative muzicale, o explicație atractivă a secretelor care stau în spatele unei linii melodice, o înțelegere mai profundă a personajelor și a poveștii, o perspectivă inedită despre ceea ce crează magia unui spectacol de operă sau balet.

Seria a doua a conferințelor *Pentru ce mergem la Operă?* a debutat cu una



dintre cele mai cunoscute opere din repertoriul internațional: *Carmen*, Așadar, joi, 11 octombrie, a avut loc prima conferință-eveniment, intitulată *Magie, libertate și moarte* în opera *Carmen* de Georges Bizet.

Până la sfârșitul anului 2012, următoarele conferințe interactive vor aborda opera *Rigoletto* de Giuseppe Verdi (15 noiembrie) și baletul *Spărgătorul de nuci* de Piotr Ilici Ceaikovski (6 decembrie).

Mircea Cantor – Premiul Marcel Duchamp 2011

Artistul orădean Mircea Cantor este câștigătorul *Premiului Marcel Duchamp* 2011. El a fost nominalizat alături de Damien Cabanes, Guillaume Leblon și Samuel Rousseau. Ceremonia de înmănare a Premiului a avut loc la *Centrul Pompidou*, marți, 2 octombrie 2012, în prezența doamnei Aurélie



Filipetti, ministru al Culturii și Comunicării din Franța.

Unul dintre cele mai importante premii decernate pentru artă contemporană, *Premiul Marcel Duchamp* a fost creat în anul 2000 de *ADIAF (Association pour la diffusion internationale de l'art français)* în parteneriat cu *Centrul Pompidou, Muzeul Național de Artă Modernă*, din Paris. *Premiul Marcel Duchamp* recompensează artiști din domeniul artelor plastice și vizuale, francezi sau rezidenți în Franța, desemnați drept cei mai inovatori ai generației lor. În calitate de laureat al premiului, Mircea Cantor beneficiază, timp de trei luni, de o expoziție personală deschisă în *Spațiul 315* din cadrul *Centrului Pompidou*, precum și de editarea unui catalog consacrat. Cele patru lucrări expuse de Mircea Cantor cu această ocazie sunt: *Sic Transit Gloria Mundi* – 2012; *Don't judge, filter, shoot* – 2012; *Epic Fountain* – 2012; *Wind orchestra* – 2012. Expoziția este deschisă între 3 octombrie 2012 și 7 ianuarie 2013. (www.agentiadecarte.ro)



Toată lumea din familia noastră – premiul Bayard d'Or

Filmul *Toată lumea din familia noastră*, regizat de Radu Jude, a fost desemnat marele câștigător al celei de-a 27-a ediții a *Festivalului Internațional al Filmului Francofon (FIFF)* de la Namur (Belgia), desfășurat între 28 septembrie și 5 octombrie. Pelicula a primit trofeul *Bayard d'Or* pentru cel mai bun film francofon, iar Șerban Pavlu a fost desemnat *cel mai bun actor*.



Primul Festival Internațional de Literatură din România (FILTM) organizat în afara Capitalei va avea loc, în perioada 24-26 octombrie, la Muzeul de Artă (*Palatul Baroc*) din Timișoara. Desfășurat sub moto-ul *La Vest de Est / La Est de Vest*, evenimentul reprezintă un exemplu de descentralizare culturală. Potrivit organizatorilor, timp de trei zile, orașul de pe Bega se va transforma într-o platformă de întâlniri și dezbateri la care au fost invitate să participe atât nume importante ale scenei literare europene, cât și scriitori autohtoni (timișoreni, la această primă ediție) de referință. Amfitrionii celor trei seri de Festival sunt: Mircea Mihăieș, Denisa Comănescu și Robert Șerban. Inițiatorii Festivalului Internațional de Literatură de la Timișoara sunt Oana Boca și Ioana Gruenwald (fondatoarele agenției *HeadSome Communication* și coorganizatoarele Festivalului Internațional de Literatură de la București), alături de cunoscutul poet, editor și jurnalist timișorean Robert Șerban.

Premiul Internațional de Literatură NUX pentru Adrian Munteanu

Comitetul de organizare a *Salonului Internațional al Cărții* de la Milano informează că scriitorul român Adrian Munteanu este invitat de onoare și i se va decerna *Premiul Internațional de Literatură NUX*, la prima ediție a *Salonului Internațional al Cărții* de la Milano, 26 - 29 octombrie 2012, manifestare aflată sub înaltul patronaj al Comisiei Europene. Scriitorul Adrian Munteanu va ridica Premiul într-o conferință de presă, ce va avea loc la Milano, Linate aeroport - Parco Esposizioni Novegro, duminică, 28 octombrie, ora 10. Alături de Adrian Munteanu au fost nominalizați: poetul nord-irlandez Desmond O'Grady și scriitorul francez Daniel Maximin.

Jacqueline MIU

Invitațiile Doamnei Pictura

Traian Nica lansează Grupul Zero

Petre CHIREA

Traian Nica este un nostalgic, un visător care își asumă responsabilitatea pentru lumea pe care o zugrăvește în tonuri când sobre, când reținute, deși are potențialul unui colorist, după cum a demonstrat în unele lucrări mai recente. Născut pe 4 iulie 1949, în localitatea Ștefan cel Mare din județul Vaslui, și scoli la clasa prof. Florian Lucan, de la care a deprins rigoarea desenului și știința compoziției, Traian Nica își urmează drumul în arta plastică, adăugând ani de studiu ca autodidact și refuzându-se oricărei încadrări artificiale.



O prezență activă în lumea artelor plastice, Traian Nica este un bun cunoscător al fenomenului, având legături în cercurile unde se validează arta de calitate: vernisaje, licitații și expoziții. Altruist prin simțire și un bun promotor al valorilor certe, deseori amănă interesele proprii și propune criticii și publicului iubitor de frumos artiști plastici pe care el îi consideră plini de substanță.

Aidoma marilor pictori români, este îndrăgostit iremediabil de Balcic, unde a făcut câteva drumuri ce au lăsat urme pe pânzele sale: *Peisaj la Balcic*,



Grădina Botanică la Balcic, *Castelul Reginei Maria*, ultimele fiind prezente și în catalogul Casei de Licitații *Monavissa*, după cum precizează un index independent al pieței de artă din România (*Tudor-art*). De asemenea, nu lipsesc din preocupările lui artistice temele universale în pictură, precum nudul, peisajul citadin și naturile statice. Cu respect pentru valorile trecutului, Traian Nica prezintă în pânzele sale aspecte ale ambianței citadine, precum putem observa în lucrările *Cartierul Uranus* și *Iarna în mahala*.

Ca membru al Asociației Artiștilor Plastici din București, Traian Nica expune la saloanele organizate în Parcul Herăstrău (Galeria Pavilionul B), prezențe notabile având și la Cercul Militar Național, ce i-a și găzduit prima expoziție personală în anul 2009, la Sala *Foaier*, ori la *Galeria Elite Prof Art*.

Fondator al proiectului în derulare intitulat *Grupul Zero*, o idee ce aduce laolaltă artiști plastici din diverse generații, Traian Nica, „zugravul de subțire”, cum îi place să-și spună, rămâne mereu o persoană capabilă să declanșeze la cei din jur reacții consonante cu ale sale, ca un adevărat catalizator.

Ocuparea forței de muncă:

Între statele membre UE persistă disparitățile de pe piața muncii și din sectorul social

Situația socială și în materie de ocupare a forței de muncă a rămas foarte gravă în UE în al doilea trimestru al anului 2012. S-a înregistrat o creștere globală a șomajului, deși evoluția acestui indicator a fost inegală de la un stat membru la altul, situația financiară a gospodăriilor s-a deteriorat, iar gradul de sărăcie în rândul copiilor a crescut. UE se află într-o perioadă de recesiune sau pe punctul de a intra în recesiune de la sfârșitul anului 2011, iar percepția generală este că situația economică a atins nivelul cel mai scăzut în ultimii trei ani. În acest context, probabilitatea de a găsi un loc de muncă rămâne redusă în comparație cu anii anteriori crizei. Grecia și Austria au înregistrat cel mai mare număr de ore lucrate de salariați cu normă întreagă în cursul primului trimestru al anului 2012, în timp ce Finlanda, Italia și Irlanda au înregistrat cel mai scăzut număr. Aceste observații fac parte din principalele constatări ale *Buletinului trimestrial privind ocuparea forței de muncă și situația socială*.

Diferențele între statele membre în ceea ce privește situația socială și în materie de ocupare a forței de muncă nu au fost niciodată atât de pronunțate. De aceea statele membre ar trebui să

● Perspective sumbre pentru tineri

Șomajul în rândul tinerilor a atins un nivel dramatic – 22,5% în UE în luna iulie – deși nu a continuat să crească în al doilea trimestru. Douăsprezece state membre au înregistrat rate ale șomajului de peste 25% și numai trei țări, Austria, Germania și Țările de Jos, și-au menținut o rată de sub 10%.

Perspectivele sumbre pentru tineri reflectă creșterea riscurilor de șomaj de lungă durată și de inactivitate pe termen lung, după cum reiese și din creșterea numărului de tineri care nu sunt încadrați profesional și nu urmează niciun program educațional sau de formare. În prezent, Comisia Europeană depune eforturi intense pentru reducerea șomajului în rândul tinerilor și, mai târziu în acest an, va lansa două inițiative: o propunere privind „garanțiile pentru tineret” al cărei scop este de a face în așa fel încât în primele patru luni de la terminarea studiilor orice tânăr să obțină un loc de muncă, să își continue studiile sau să urmeze un curs de formare, și o propunere de cadru de calitate pentru stagii.

Noile cifre detaliate pentru 2011 oferă și mai multe informații cu privire la imaginea de ansamblu a pieței forței de muncă. Pe lângă șomeri, există aproximativ 8,6 milioane de lucrători cu fracțiune de normă subocupați – în principal femei – și încă 10,9 milioane de persoane care se află într-o zonă gri, situată între inactivitate și șomaj, cum ar fi cei care au renunțat la căutarea unui loc de muncă.

● Scăderea veniturilor gospodăriilor

Venitul brut disponibil al gospodăriilor a scăzut în două treimi din țările UE între 2009 și 2011, cele mai mari scăderi înregistrându-se în Grecia (15,7%), Irlanda (9%) și Lituania, Spania, Cipru și Ungaria (fiecare peste 4%). Această evoluție este în contrast puternic cu situația observată în țările nordice, Germania, Belgia, Slovacia și Franța, unde sistemele de protecție socială și piețele forței de muncă mai consolidate au permis continuarea creșterii veniturilor globale în timpul crizei. Cu toate acestea, criza a afectat segmente semnificative ale populației și a

pună în aplicare urgent recomandările specifice fiecărei țări pentru anul 2012, adoptate în luna iulie 2012, și să instituie măsurile menționate în pachetul privind ocuparea forței de muncă al Comisiei, a declarat comisarul european pentru ocuparea forței de muncă, afaceri sociale și incluziune, László Andor.

Deosebit de îngrijorător este faptul că șomajul se află într-o continuă creștere, afectând 25,3 milioane de persoane, ceea ce reprezintă un nivel fără precedent, și anume cu 2,6 milioane mai mult (+ 11,6%) decât în luna martie 2011. Atingând 10,4% la nivelul UE, rata șomajului a crescut în 17 state membre, iar disparitățile s-au adâncit din nou între cele mai performante state membre ale UE, pe de o parte, și țările „periferice”, pe de altă parte. Există în prezent o diferență fără precedent de 20,6 puncte procentuale între cea mai scăzută rată a șomajului (Austria, care înregistrează 4,5%) și cea mai ridicată rată a șomajului (Spania, care înregistrează 25,1%) din UE. Numărul șomerilor de lungă durată a crescut față de anul trecut în 15 state membre și a atins valoarea de 10,7 milioane. Șomerii de lungă durată reprezintă în prezent 4,5% din populația activă (+ 0,4 puncte procentuale într-un an).



determinat o creștere a sărăciei și în aceste țări. După cum era de așteptat, segmentul de populație din UE care se confruntă cu dificultăți financiare este mai mare ca niciodată. Cetățenii țărilor afectate de cea mai mare scădere a veniturilor sunt, de asemenea, în general, cei mai susceptibili de a avea percepții negative cu privire la situația lor socială, după cum indică *Eurobarometrul privind climatul social*, ediția 2012.

● Sărăcia în rândul copiilor

Sărăcia în rândul copiilor devine o problemă pentru un număr din ce în ce mai mare de gospodării, din cauza veniturilor insuficiente ale părinților și a sprijinului necorespunzător acordat gospodăriilor cu copii. Procentajul de copii expuși riscului de sărăcie (după transferurile sociale) variază de la aproximativ 10% în Danemarca și Finlanda, până la peste 20% în Spania, Grecia, Bulgaria, Portugalia, Italia, România, Letonia, Polonia, Lituania și Luxemburg. Valoarea și eficacitatea alocațiilor pentru copii variază considerabil în UE. Serviciile accesibile de îngrijire a copiilor constituie un factor foarte important care le permite părinților, și în special mamelor, să lucreze.

● Disparitățile în materie de creștere economică

În rândul celor mai mari state membre, economia a continuat să se dezvolte în

Germania, Franța și Polonia, în timp ce în Italia și Regatul Unit s-a înregistrat o scădere economică. În al doilea trimestru al anului 2012, în Spania și Portugalia activitatea economică și ocuparea forței de muncă au înregistrat pierderi drastice.

În România, conform *Institutului Național de Statistică*, datele pentru luna august 2012, rata șomajului în forma ajustată sezonier a fost estimată la 7,1%, în creștere cu 0,1 puncte procentuale față de luna anterioară și în scădere cu 0,4 puncte procentuale față de nivelul înregistrat în luna august 2011. Numărul șomerilor (în vârstă de 15-74 ani), estimat pentru luna august din anul curent, este de 692.000 de persoane, în scădere cu 2000 de persoane față de luna precedentă. Numărul șomerilor în vârstă de 25-74 ani reprezintă 74,9% din numărul total al șomerilor estimat pentru luna august 2012.

Pe sexe, rata șomajului pentru bărbați o depășește cu 1,1 puncte procentuale pe cea a femeilor (valorile respective fiind 7,5% în cazul persoanelor de sex masculin și 6,4% în cazul celor de sex feminin). Pentru persoanele adulte (25-74 ani), rata șomajului a fost estimată la 5,8% pentru luna august 2012 (6,2% în cazul bărbaților și 5,1% în cel al femeilor).

Conferință națională

Săptămâna Pieței Unice



Anul 2012 marchează aniversarea a 20 de ani de **Piață Unică**. În acest context, sub egida *Săptămâna Pieței Unice*, la nivel european sunt organizate evenimente menite să aducă în prim plan teme majore de dezbatere privind rezultatele înregistrate în cei 20 de ani de funcționare și valorificarea oportunităților de creștere economică.

În România, *Săptămâna Pieței Unice* va fi deschisă, în data de 16 octombrie 2012, de Conferința națională organizată de Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri, Reprezentanța Comisiei Europene și Ministerul Afacerilor Europene, la care vor participa miniștri de resort din Guvernul României, **Comisarul pentru piața internă și servicii**, ambasadori ai statelor membre, reprezentanți ai autorităților publice centrale și locale, reprezentanți ai mediului de afaceri, mediului universitar, parteneri sociali și ONG-uri.

Evenimentul se va desfășura la **Hotelul Intercontinental – Sala Fortuna, începând cu ora 09:30**.

După cuvântul de bun venit, adresat de Nicolae IDU, Șeful Reprezentanței Comisiei Europene, vor rosti alocuțiuni: Leonard ORBAN, Ministrul Afacerilor Europene, Michel BARNIER, Comisar pentru Piața Internă și Servicii, Comisia Europeană, Daniel CHIȚOIU, Ministrul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri

Conferința se va derula în trei sesiuni:

I. Piața Unică – realizări și provocări, moderator: prof. univ. dr. Daniel DĂIANU, în cadrul căreia vor fi prezentate expunerile: *Piața Unică – pilon al competitivității UE* - Mihai Alexandru VOICU, ministru delegat pentru Mediul de Afaceri; *Realizări ale Pieței Unice* - Kamil KILJANSKI, șef de unitate, DG Piață Internă și Servicii; *Piața Unică a serviciilor* - Răzvan-Horațiu RADU, subsecretar de stat, Ministerul Afacerilor Europene; *Parteneriatul dintre Piața Unică și piața financiară* - Eugen DIJMĂRESCU, director, Fondul de Garantare a Depozitelor în Sistemul Bancar

II. Viitorul Pieței Unice, moderator: prof. univ. dr. Gabriela DRĂGAN; *Către o nouă strategie a Pieței Unice* - Lorena IONIȚĂ, coordonator politici, DG Piață Internă și Servicii, ambasador al Pieței Unice; *Provocări pentru Piața Unică în contextul globalizării* - Costin LIANU, director, Ministerul Economiei, Comerțului și Mediului de Afaceri; *Piața Unică Digitală* - Bebe-Viorel IONICĂ, secretar de stat, Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale; *O guvernare mai bună a Pieței Unice* - prof. univ. dr. Cătălin Emilian HUIDUMAC-PETRESCU, prof. univ. dr. Gheorghe HURDUZEU; *Impactul mecanismului de stabilizare financiară europeană (MESF) asupra Pieței Unice* - conf. univ. dr. Liviu VOINEA

III. Piața Unică și mediul de afaceri românesc, moderator: prof. univ. dr. Ovidiu NICOLESCU, președinte al Consiliului Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România; *Avantajele și dezavantajele Pieței Unice pentru companiile românești* - Mihai DARABAN, vicepreședinte Camera de Comerț și Industrie a României, președinte CCINA Constanța; *Rolul IMM-urilor în consolidarea Pieței Unice* - Cezar ILIU, director, Agenția pentru Implementarea Proiectelor și Programelor pentru IMM-uri; *Mecanisme europene destinate bunei funcționări a Pieței Unice și reflectarea lor în plan intern* - Alice ARȘINEL, director, Ministerul Afacerilor Europene

După fiecare expunere, participanții vor fi invitați la discuții. În finalul conferinței, în calitate de raportor, Viorel DOBRESCU, director, Ministerul Afacerilor Europene, va prezenta concluziile evenimentului.

Filmul de pe Bulevardul Capucinilor

69

Misticism sau patologie?



Silviu ȘERBAN

Nu exagerăm cu nimic dacă apreciem că *Häxan* (*Vrăjitoria*), a cărui premieră a avut loc la Stockholm, pe 18 septembrie 1922, este un adevărat studiu științific asupra fenomenului vrăjitoriei de-a lungul timpului. Referințele sunt impresionante, regizorul Benjamin Christensen petrecând nu mai puțin de doi ani, între 1919 și 1921, pentru a se documenta. Punctul de plecare l-a constituit celebrul *Malleus Maleficarum*, tratatul medieval al preotului german Heinrich Kramer despre pedepsirea vrăjitoarelor. Apoi, printre sursele amintite în film, se numără scrierile lui George Rawlinson și Gaston Maspero, importanți

istorici ai civilizațiilor antice, lucrări precum *Sabatul vrăjitoarelor* de Boumeville și Teinturier, *Riturile și tradițiile vechii Germanii* ale specialistului în *Inchiziție* Franz Heinemann, *Istoria obiceiurilor* a lui Eduard Fuchs sau *Maladiile epidemice ale spiritului* ale doctorului Paul Regnard, membru al cunoscutei Țcoli de la Salpêtrière, inițiată de psihoneurologul Jean Martin Charcot, având ca teme principale de cercetare hipnoza și isteria. Deși cea mai mare parte a subiectului regizorului danez se concentrează asupra epocii medievale, perioada de vârf a fenomenului studiat, Christensen face referință, pe scurt, și la perioada antică, unde sunt identificate premisele și formele rudimentare ale vrăjitoriei, dar și la epoca contemporană, aducând în discuție comparația cu bolile mintale și cu isteria. Filmul este organizat, în principal, după o schemă a documentarului, însă „momentul medieval”, cel mai lung dintre toate, precum și o parte a „momentului contemporan”, cel care se constituie ca o concluzie a filmului, sunt structurate dramatic, „vocea” autorului rezumându-se doar la scurte comentarii intercalate din când în

când. Regizorul împarte filmul în șapte părți aproape egale, episodul antic și cel contemporan, în prima și ultima parte, iar cel medieval de-a lungul restului de episoade, dintre care părțile trei, patru și cinci alcătuiesc nucleul dramatic al filmului.

Prima parte, „episodul antic” și o scurtă introducere la „episodul medieval”, este o expunere aproape

Häxan
(Benjamin Christensen, 1922)

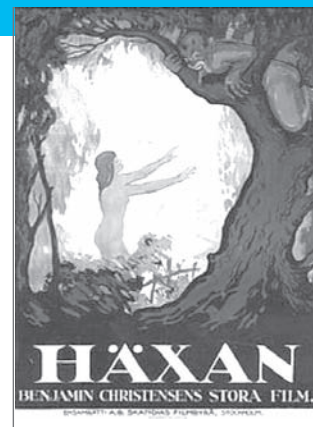
didactică despre originea vrăjitoriei și despre formele de manifestare ale acesteia la culturile primitive și, apoi, la medievale. Nota critică a autorului este impusă încă de la început: „atunci când omul s-a confruntat cu ceva imposibil de înțeles, a găsit întotdeauna o explicație prin vrăjitorie și spirite rele”; iar câteva cadre mai târziu, un alt intertitlu precizează chiar poziția filosofică de pe care se construiește critica: „credința în spirite rele, vrăjitorie și farmece este rezultatul necunoașterii universului și materiei”. „Materialele didactice” ale acestui scurt excurs prin istoria antică și medievală a

vrăjitoriei este format din imagini cu desene, picturi și gravuri înfățișând diverse scene specifice, dar și planșe ce simulează modelul geocentric al universului, cu Dumnezeu înconjurat de coruri de îngeri situați într-o sferă de cristal de unde supraveghează totul, și cu Iadul, undeva în adâncul pământului, locul unde vor suferi cei vânduți diavolului.

„Drama medievală”, construită în interiorul părților trei, patru și cinci, este ilustrarea unui proces de vrăjitorie petrecut în secolul al XV-lea, atunci când Papa a trimis preoți misionari închizitori în Germania. O bătrână cerșetoare, Maria țesătoarea (jucată nu de o actriță, ci de o vânzătoare de flori de 78 de ani, Maren Pedersen) este acuzată pe nedrept de vrăjitorie de familia unui muribund. Nerezistând torturii, femeia mărturisește că a făcut vrăji, însă, în același timp, le face complice și pe două dintre femeile din casa omului aflat pe moarte. Episodul înfățișează cum isteria vânătorii de vrăjitoare duce la

pierderi de vieți omenești nevinovate în timp ce slujitorii Bisericii caută să obțină prin orice mijloace mărturie de vinovăție. Într-un fel sau altul acuzații sfârșesc întotdeauna murind, relevantă în acest sens fiind o descriere în cartea lui Fuchs a unui test al vinovăției unei femei suspecte de vrăjitorie: legată de mâini și de picioare, aceasta este aruncată în apă: dacă plutește va fi scoasă din apă și arsă pe rug, dacă se înecă, judecătorul îi mulțumește lui Dumnezeu pentru inocența acuzatului.

Ultima parte a filmului, care se confundă cu „episodul contemporan”, vine cu o ipoteză științifică curajoasă: aceea că fenomenul vrăjitoriei este rezultatul neînțelegerilor legate de natura unor suferințe mentale și a isteriei. Căutăniile prezente la presupusele vrăjitoare din epoca medievală nu sunt altceva decât simptomele acestor boli



mentale. Christensen inserează și un scurt moment dramatic cu o tânără cleptomană bolnavă de isterie care nu reușește să-și controleze comportamentul deviant. Comparația lui Christensen depășește ipoteza științifică, trecând în ideologie, prin apropierea poliției de Inchiziție și a tratamentului în clinici specializate și în aziluri de arderile pe rug.

Rămânem în atmosfera „rece” a Nordului european cu o importantă producție daneză din 1956, filmată în Groenlanda, *Qivitoq*, în regia lui Erik Balling, care a reușit performanța de a se afla printre finaliste atât la secțiunea Academiei *pentru cel mai bun film străin*, câștigată de *La Strada* al lui Federico Fellini, cât și în competiția pentru *Palme d'Or* din cadrul Festivalului de la Cannes din 1957, adjucecat de *Friendly Persuasion* al lui William Wyler.

Simpozionul Național

MONUMENTUL – TRADIȚIE ȘI VIITOR

Contribuțiile cadrelor didactice de la Facultatea de Arhitectură a Universității Spiru Haret

COMUNICĂRI ÎN PLEN -

CENTENAR „IOAN MINCU” (1912-2012)

Conf. univ. dr. arh. Ruxandra NEMȚEANU

Ion Mincu, părintele arhitecturii naționale (rezumat)

În arhitectură, după ce imitase când Orientul, când Occidentul, respectiv Parisul, arhitectura Bucureștiului încercă să devină originală prin inaugurarea unui stil „național” de către Ion Mincu. Inițiatorul este denumit, adesea, „părintele arhitecturii naționale”.

Casa Lahovary (1886), Bufetul de la Șosea (1892), Școala Centrală de Fete (1894-1896), operele lui Ion Mincu, au fost concepute într-un amestec de elemente tradiționale locale, cu elemente Art Nouveau - de la ceramica smălțuită la simbolurile academismului francez. Clădirile menționate mai sus, au ambiția de a constitui actul de naștere al arhitecturii naționale și menirea de a atrage privirea societății asupra lor. Noua arhitectură, în care se folosesc toate

mijlocele pentru a vorbi de noua expresie estetică a conceptului arhitectural, va sta alături de tendințe similare realizate în muzică, literatură, arte plastice. Arhitectura în stil neo-românesc a fost unul dintre dome-niile active ale societății, în care s-au cristalizat premisele culturii naționale moderne. Legată mai strâns de nevoile, țelurile și posibilitățile materiale ale beneficiarilor și ale administrației statului modern, arhitectura de expresie autohtonă n-a putut merge de la început în același pas cu celelalte arte, de aceea a avut o configurare mai lentă. O cercetare minuțioasă a biografiei scrise de Nicolae Petrașcu despre prietenul, arhitectul și profesorul Ion Mincu ne relevă indirect informații cu privire la activitatea acestuia.

Lector univ. drd. arh. Andreea POP

Despre arhitectura funerară proiectată de Ion Mincu (rezumat)

Monumentele funerare proiectate de Mincu reprezintă o sinteză de stiluri și influențe, dar în special modele, pentru generații de arhitecți. Având parte de comanditari din rândul elitelor, arhitectul creează monumente de arhitectură funerară ce reprezintă un sfert din întreaga sa operă. Printre puținele edificii realizate de la început și până la sfârșit, fără transformări sau adaptări, fără concursuri sau licitații, ele impresionează prin inedit, decorație și varietate. Vor marca, pentru multă vreme, societatea și breasla care se vor inspira, ambele, din mausoleele lui Mincu. Aproape că aparțin mai mult arhitectului decât beneficiarului. Realizări ale maturității carierei, sunt cavourile proiectate de Mincu o încununare sau un compromis profesional?



Cavoul Familiei Cantacuzino, din Cimitirul Belu, București, arh. Ion Mincu

SECȚIUNEA B

TEHNICI ȘI TEHNOLOGII DE RESTAURARE

Lector drd. arh. Corina LUCESCU

Intervenții recente asupra monumentelor istorice. Fațadismul - compromis între dezvoltatori și restauratori (rezumat)

Intervențiile contemporane asupra monumentelor istorice reprezintă un subiect controversat în mediile profesionale legate de domeniile patrimoniului, arhitecturii și urbanismului. În cadrul unor operațiuni ample de restaurare și reabilitare a unor monumente/clădiri istorice, de restructurare și revitalizare a unor zone situate în centre urbane vechi, rezultatele intervențiilor contemporane sunt încă dezbătute de către lumea academică a restauratorilor. O serie de

intervenții și procedee aplicate în prezent asupra monumentelor istorice și/sau în zona lor de protecție sunt de fapt compromisuri între dezvoltatori și restauratori: conversia, fațadismul/evidarea, loftul, mansardarea, completarea cu/inserția unor clădiri noi. Colocviul internațional organizat în 1990 de ICOMOS la Lausanne a elaborat un *Glosar* al termenilor patrimoniului. În acest *Glosar* procedeul evidării clădirilor, a fațadismului, este definit ca „operațiune care constă în demolarea structurilor interioare ale unui imobil, în ideea păstrării uneia sau mai multor fațade exterioare”. Structura este demolată, dar fațada clădirii rămâne intactă. În forma cea mai radicală de „fațadism/evidare” doar elevația frontală este menținută. De obicei, o schimbare radicală în funcțiunea monumentului și/sau interesele economice justifică metoda. „Fațadismul” este un act controversat de echilibrare între cererea de renovare a orașului și dorința oamenilor pentru conservare.



Metropolis Center, fostă Tipografia Cartea Românească

Lector univ. dr. ing. Ana Maria BIRO

Evoluția tehnicilor de asigurare a confortului în spațiul arhitectural - (rezumat)

Lucrarea cuprinde o trecere în revistă a tehnicilor de asigurare a confortului, în paralel cu evoluția spațiului arhitectural și a nevoilor, cerințelor și așteptărilor oamenilor, în ceea ce privește calitatea spațiilor interioare. O istorie a tehnicilor de asigurare a confortului este de fapt istoria nenumăratelor elemente care au determinat activi-tatea arhitecturală de-a lungul veacurilor care cuprinde întreaga gamă a preocupărilor omenești. Factorii analizați formează scena pe care se naște arhitectura. Perfecționarea echipării tehnice a clădirilor și a spațiilor publice s-a desfășurat în paralel cu progresul societății umane, iar instalațiile pot fi privite ca o expresie a gradului de civilizație al unei anumite perioade istorice. În

prezent, exigențele referitoare la confort sunt mult mai restrictive decât cele acceptate în perioadele istorice anterioare, datorită modificărilor survenite în natura și complexitatea acțiunilor ce se exercită asupra clădirilor, pe de o parte și datorită evoluției cerințelor utilizatorilor, pe de altă parte. Satisfacerea acestor exigențe, legată direct de consumul de energie, este la fel de importantă ca și a celor de siguranță și stabilitate la acțiuni mecanice, aspectul arhitectural-estetic sau încadrarea în mediu. Momentele desprinse din lanțul evoluției prezentate în această scurtă istorie a echipării construcțiilor cu instalații, sunt menite să sublinieze importanța tehnicii în viața omului, care a concurat permanent la îmbunătățirea calității vieții.

SECȚIUNEA A

MONUMENTELE - ISTORIE ȘI ARHITECTURĂ

Lector univ. drd. arh. Sidonia TEODORESCU

Clădiri inedite proiectate de arhitectul Ion D. Berindey (rezumat)

Ion D. Berindey (1871-1928) a rămas în conștiința posterității drept un arhitect prolific, având în palmares numeroase lucrări, de la reședințe particulare faimoase, precum Palatul Cantacuzino de pe Calea Victoriei, Casa Assan, Casa Toma Stelian, până la celebrul Palat de Justiție și Administrație, devenit emblemă a orașului Iași (Palatul Culturii). Inzestrat cu un talent artistic nativ, având o putere de muncă deosebită și un spirit organizatoric remarcabil, Ion D. Berindey urmărea perfecțiunea în toate lucrările sale. Extrem de apreciat la începutul secolului 20, atât de critica de specialitate, de jurnaliști, cât și de clienții proveniți din pătura bogată a societății, opera sa a fost prea puțin studiată în anii comunismului. Comunicarea prezintă câteva clădiri din București, care au fost proiectate de Ion D. Berindey, așa cum rezultă din cercetarea de arhivă.



Casa Leopold Gsur, astăzi Fundația Nicolae Titulescu

Conf. univ. dr. arh. Ileana KISILEWICZ

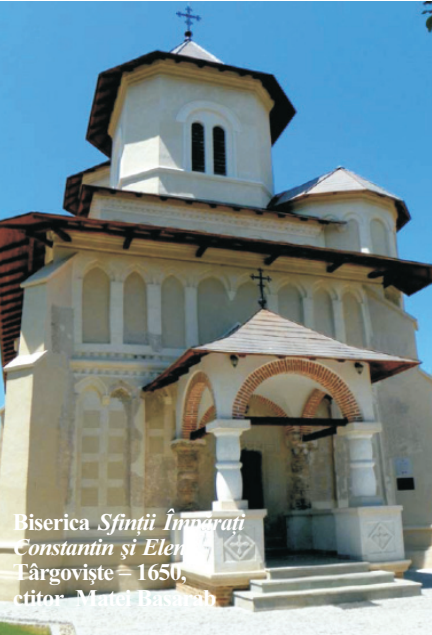
Villa Scolari-Trolli din Iași, proiectată de arhitectul Giulio Magni (rezumat)

Arhitectul italian Giulio Magni a fost angajat, în anul 1894, la Direcția Lucrărilor Tehnice a Primăriei orașului București, cu un contract pe trei ani. Întreaga sa activitate desfășurată în România, în răstimp de aproape 10 ani, a fost bogată în realizări practice și în contacte profesionale. În 1895 el a executat proiectul vilei „Scolari-Trolli”, construită la Iași, lângă Grădina Publică din dealul Copoului. Acesta este primul proiect de locuință realizată de Giulio Magni în România și singurul la Iași. Configurația specială a edificiului, desfășurată pe un teren de mici dimensiuni

și într-un regim de înălțime dezvoltat pe demisol, parter și etaj, ilustrează capacitatea tânărului Magni de a rezolva tema de arhitectură pentru un edificiu plurifamilial și multifuncțional. Lipsa consemnării comentariilor autorului asupra acestei lucrări, precum și absența analizelor critice sau de istoria arhitecturii contemporane au stimulat cercetarea de față, care și-a propus readucerea la lumină a valorilor de arta construirii la un edificiu civil din Iași, proiectat de un important arhitect italian pentru doi conaționali, antreprenori de succes pe pământurile moldave.

Prof. dr. arh. Sorin MINGHIAT

Influența arhitecturii moldovenești în Țara Românească, în secolul al XVII-lea. Trei biserici dâmbovițene (rezumat)



Biserica Sfinții Împărați Constantin și Elena din Târgoviște = 1650, ctitor - Matei Basarab

Secolul al XVII-lea reprezintă o epocă de înflorire a arhitecturii religioase, mai ales sub domnia lui Matei Basarab (1632-1654). Pe timpul acestuia în Țara Românească s-a format o adevărată școală artistică fără de care înflorirea culturală brâncovenească nu ar fi fost posibilă. În acest secol arhitectura edificiilor religioase continuă evoluția arhitecturii muntenești, la care se adaugă și preluări ale unor forme și decorații gotice, moldovenești. Modelele au circulat probabil pe două căi: cea a școlilor de meșteri, care știau foarte bine să edifice un anumit tip și cea a modelului văzut și preluat la cererea ctitorilor. În cadrul noilor edificii religioase, de plan simplu, dreptunghiular, cu pridvor deschis, se distinge clar o grupă formată din trei monumente cu trăsături planimetrico-volumetrice comune: naos și pronaos pătrat, boltire cu calote sferice pe pandantivi, clopotniță pe pronaos în care accesul se face printr-o scară circulară adăpostită într-un turnuleț polygonal adosat fațadei nordice, contraforturi oblice în colțurile fațadei vestice. Această grupă este formată din trei biserici dâmbovițene: biserica *Sfinții Împărați Constantin și Elena* din Târgoviște (1650, ctitor Matei Basarab), biserica *Nașterea Domnului* din Săcuieni (1655, ctitor Neagoe Săcuianu) și biserica *Adormirea Maicii Domnului* din satul Bărbulețu (1662, ctitor Radu Crețulescu).

SECȚIUNEA C

ISTORIE ȘI MONUMENTE

Lector univ. drd.arh. Vlad MITRIC-CIUPE

Fortul 13 Jilava - „New Entry” pe lista monumentelor istorice - între (fostă) închisoare și memorial (rezumat)

Sunt binecunoscute atât istoricul fortului cât și strădaniile asociațiilor foștilor deținuți politici (și nu numai) de a transforma vechiul fort într-un muzeu/memorial dedicat victimelor comunismului. La 22 de ani de la momentul 1989 s-a reușit clasarea fortului în lista monumentelor istorice, grupa valorică „A”.

Prezentarea își propune să investigheze și să prezinte posibilitățile de transformare a fostei închisori într-un muzeu memorial în contextul situației existente (juridice, fizice etc.) și a expresiei contemporane a ceea ce înțelegem prin „Arhitectura Memoriei” ca program de arhitectură.