

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
 Facultatea de Științe Socio-Umane
 Departamentul de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
 Domeniul de studii de licență Sociologie
 Specializarea Sociologie

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: SOCIOLOGIE COMPARATĂ
Codul disciplinei: 38-04-10-306
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: III, 6
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): O
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Sp
Discipline anterioare cerute *: Sociologie generală, Istoria sociologiei, Sociologie politică
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): E
Departamentul care coordonează disciplina: DJRPSP
Titularul / titularii disciplinei: Prof. univ. dr. Bogdan Voicu

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (<i>NOAD_{sem}</i>)
24	12	-	-	36

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
<i>NOAD_{sem}</i>	<i>NOSI_{sem}</i>	<i>NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}</i>	Numărul de credite
36	99	135	5

Obiectivele disciplinei
Obiectivele cursului <ul style="list-style-type: none"> - evidentierea necesitatii unei abordari comparative în contextual adancirii interdependentelor dintre tari - înțelegerea perspectivei comparative ca salt al calitatii în perceperea și aprecierea fenomenelor sociale.
Obiectivele activităților aplicative (seminar, laborator, proiect) <ul style="list-style-type: none"> - însușirea modalitatilor de abordare și a instrumentelor conceptuale și applicative ale

Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
CURS			
Nr. crt.	Tema	Nr.ore	Săptămâna
1	Obiectul și problematica sociologiei comparate	2	1
2	Tipuri si domenii esentiale ale studiilor comparative in sociologie: configuratii, evolutie, semnificatie stiintifica	2	2
3	Demersul comparativ in sociologie: obiective, cadrul conceptual si teoretico-metodologic,	2	3
4	Diferențierile sociale – variabilă strategică a sociologiei comparate	2	4
5	Sociologia comparată și etnocentrismul relevanta stiitifica	2	5
6.	Importanța structurilor teoretice în dezvoltarea sociologiei comparate	2	6
7.	Funcționalismul și căutarea echivalențelor funcționale în analiza comparativiste	2	7
8	Socializarea politică: de la o societate la alta	2	8
9.	Pluralismul cultural: societăți divizate pe verticală	2	9
10.	Structurarea rezultatelor comparației sociologice	2	10
SEMINAR			
Nr. crt.	Tema	Nr.ore	Săptămâna
1	Teoria sociologiei comparative, o propedeutică a unei științe generale a spiritului omenesc. "Tehnologia" comparației sociologice	2	2
2	Clasele sociale: diferențe de la un continent la altul	2	4
3	Problemele etnice si rasiale in univers comparatist	2	6
4	Compararea țărilor similare și contrastante. Tipologii ale regimurilor politice	2	8, 10

5	De la comparație, la sinteză și predicție	2	12, 14
---	---	---	--------

Descrierea metodelor de predare
prelegere, dezbatere, referate, proiect, aplicații practice.

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor
examen scris

Bugetul de timp pentru studiul individual			
Denumirea activității	Nr. ore	Denumirea activității	Nr. ore
1. Descifrarea și studierea notițelor de curs	5	6. Elaborarea temelor de casă, referatelor ...	17
2. Studiul după manual sau suport de curs	10	7. Pregătirea pentru evaluările periodice	10
3. Studierea bibliografiei minimale indicate	12	8. Pregătirea pentru examinarea finală	30
4. Documentarea suplimentară *	5	9. Participarea la consultații	-
5. Pregătirea seminariilor și/sau laboratoarelor	10	10. Alte activități ...	-
Numărul total al orelor alocate studiului individual NOSI_{sem}			99

* în bibliotecă, pe INTERNET, pe teren ...

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală, %
• Media notelor acordate la seminar	
• Media notelor acordate pentru activitatea la laborator	20%
• Notele obținute la testele periodice sau parțiale	
• Nota acordată pentru frecvența la curs	
• Notele acordate pentru temele de casă, referate, eseuri, traduceri, studii de caz ...	20%
• Notele acordate pentru participarea la cercuri științifice și/sau la concursuri profesionale	
• Nota acordată la examinarea finală	60%
• Alte note	
Modalitatea de examinare finală *:	
-lucrare scrisă descriptivă	
Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
- definirea conceptelor fundamentale cu care operează sociologia comparată	- definirea conceptelor fundamentale din perspective teoretice diferite

* lucrare scrisă descriptivă, lucrare scrisă cu subiecte teoretice și aplicații, test grilă, examinare orală cu bilete ...

Competențele specifice disciplinei *	
1. Competențe privind cunoașterea și înțelegerea:	- evidentierea necesității unei abordări comparative în contextual adâncirii interdependențelor dintre țări
2. Competențe în domeniul explicării și interpretării:	- înțelegerea perspectivei comparative ca salt al calității în perceperea și aprecierea fenomenelor sociale.
3. Competențe instrumentale - aplicative:	insusirea modalităților de abordare și a instrumentelor conceptuale și applicative ale unui demers sociologic comparativ
4. Competențe atitudinale:	Promovarea ideii de moralitate și culegerea, analiza și interpretarea datelor sociale, echidistanță ideologică

* competențele generale sunt menționate în Fișa specializării

Bibliografie obligatorie
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dogan, Mattei, Pelassy, Dominique, Cum să comparăm națiunile. Sociologia politică comparativă, Editura. Alternative, București, 1993. 2. Dogan, Mattei, Sociologie politica. Opere alese, Editura Albatros, Bucuresti, 1999 3. Dungaci, Dan, Nașterea sociologiei comparative (N. Petrescu), în Ilie Bădescu, Dan Dungaci, Radu Baltasin, Istoria sociologiei. Teorii contemporane, Editura. Eminescu, București, 1996. 4 Durkheim, Emile, Regulile metodei sociologice, Editura Stiintifica, Bucuresti, 1974 5. Larionescu Maria, Cuvânt introductiv, în Nicolae Petrescu, Principiile sociologiei comparate, Editura. Științifică, București, 1994, pg. 13 – 62. 6. Petrescu, Nicolae, Principiile sociologiei comparate, Editura. Științifică, București, 1994. 7. Rughinis, Cosmina, „Mize si strategii ale cercetarii comparative”, in „Sociologia romaneasca”, vol.1-2, 2003

Bibliografie opțională
<ol style="list-style-type: none"> 1. Baudouin, Jean, Introducere în sociologia politică, Editura. Amarcord, Timișoara, 1999. 2. Rughinis, Cosmina, Explicatia sociologica, Editura Polirom, Iasi, 2007 3. Sartori, Giovanni, Ce facem cu strainii? Pluralism vs multiculturalism: eseu despre societatea multietnica, Editura Humanitas, Bucuresti, 2007 4. Voicu, Madalina (coord.), Nevoi si resurse in comunitatile de romi, Fundatia Soros Romania, Bucuresti, 2007 5. Weber, Max, Introducere în sociologia religiilor, Institutul European, Iași, 2001. 6. Wolf, Eric R., Europa si populatiile fara istorie, Editura Arc, Chisinau 2001.

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
 Facultatea de Științe Socio-Umane
 Departamentul de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
 Domeniul de studii de licență : Sociologie
 Specializarea Sociologie

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: SOCIOLOGIE MEDICALĂ
Codul disciplinei: 38-04-10-307
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: III, 6
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): O
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Sp
Discipline anterioare cerute *: Sociologie generală, Teorii sociologice contemporane, Sociologia organizațiilor
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): E
Departamentul care coordonează disciplina: Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Titularul / titularii disciplinei: Conferențiar univ. Adela Popa

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total ($NOAD_{sem}$)
28	14	-	-	42

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
$NOAD_{sem}$	$NOSI_{sem}$	$NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$	Numărul de credite
42	93	135	5

Obiectivele disciplinei
<p>Obiectivele cursului</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Circumscrierea domeniului de studiu al sociologiei medicale și cunoașterea și analiza conceptelor fundamentale, a metodelor și a problematicii acestei discipline. 2. Analiza teoretică a problematicii specifice a sociologiei medicale și corelarea acesteia cu cunoștințe dobândite în cadrul altor discipline. 3. Dobândirea abilității de analiză a fenomenelor legate de latura socială a domeniului medical.
<p>Obiectivele activităților aplicative (seminar, laborator, proiect)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza prin aplicații practice a problematicii sociologiei medicale. 2. Dezvoltarea abilității de identificare a problemelor sociale din domeniul sociologiei medicale și a abilității de analiză a acestora.

Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
CURS			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1	Definirea, obiectul și problematica sociologiei medicale.	2	1
2	Sănătate și boală – definiții și reprezentări sociale și culturale.	2	2
3	Sociologia medicală în contextul paradigmei sociologice teoretice	2	3
4	Relația medic-pacient.	2	4
5	Sociologia spitalului.	4	5,6
6	Comunicarea în actul medical.	4	7,8
7	Sisteme de îngrijire a sănătății.	2	9
8	Determinanți sociali ai sănătății și bolii. Epidemiologia socială.	2	10
9	Stilul de viață și sănătatea.	2	11
10	Semnificații sociale și simbolice ale bolii.	2	12
SEMINAR / LABORATOR / PROIECT			
Nr. crt.	Tema	Nr.ore	Săptămâna
1	"Health at a glance Europe 2012". Comparație indicatori de sănătate - România cu alte țări.	2	2
2	Reforma în sistemul de sănătate din România (durată, realizări, obstacole, dificultăți). Descentralizarea ca proces al reformei.	2	4
3	Definiții ale sănătății și bolii (cum este percepută, înțeleasă sănătatea și boala în cultura occidentală și în alte culturi). Diferențe culturale în înțelegerea sănătății și bolii, sau a altor aspecte din sistemul medical.	2	6
4	Relația medic-pacient (comunicare, obstacole, bariere în spațiul românesc, comparație cu alte țări)	2	8
5	Sociologia spitalului (mediul spitalicesc, adaptare la acesta, identitatea bolnavului, spitalul ca instituție totală, spitalul în România)	2	10
6	Sisteme de sănătate (cum este finanțată sănătatea în diferite țări, calitatea îngrijirii sănătății, prezentare comparativă)	2	12

Bugetul de timp pentru studiul individual			
Denumirea activității	Nr. ore	Denumirea activității	Nr. ore
1. Descifrarea și studierea notițelor de curs	-	6. Elaborarea temelor de casă, referatelor	15
2. Studiul după manual sau suport de curs	15	7. Pregătirea pentru evaluările periodice	15
3. Studiul bibliografiei minimale indicate	20	8. Pregătirea pentru examinarea finală	10
4. Documentarea suplimentară *	5	9. Participarea la consultații	-
5. Pregătirea seminariilor și/sau laboratoarelor	10	10. Alte activități	3
Numărul total al orelor alocate studiului individual NOSI_{sem}			93

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală, %
• Nota acordată la seminar	30%
• Nota acordată pentru frecvența la seminar	10%
• Participare la dezbaterile de la cursuri și seminarii	10%
• Nota acordată la examinarea finală	50%
Modalitatea de examinare finală *: test grilă (întrebări închise și deschise)	
Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
<ul style="list-style-type: none"> • activitate seminar (participare în realizarea unui proiect de echipă) Alternativ <ul style="list-style-type: none"> • realizarea unui referat pe baza unui studiu de caz, pe o temă la alegere din Sociologia Medicală • test final 	<ul style="list-style-type: none"> • test final • activitate de seminar • frecvență la seminar • implicare în dezbaterile din cadrul cursurilor și seminariilor

Descrierea metodelor de predare
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prelegere ▪ Prezentare studii de caz ▪ Dezbateri ▪ Aplicații practice

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizarea unui proiect de echipă pentru analiza unei teme de sociologie medicală ▪ Referat ▪ Examen grilă

Competențele specifice disciplinei *	
1. Competențe privind cunoașterea și înțelegerea:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cunoașterea perspectivelor conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în sociologia medicală. ▪ Înțelegerea modului în care studiul sociologiei medicale poate fi util pentru rezolvarea problemelor societății actuale din această sferă.
2. Competențe în domeniul explicării și interpretării:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competențe de explicare a fenomenelor din sfera medicală cu care se confruntă societatea actuală și a fenomenelor cu care se confruntă organizația spitalului. ▪ Competențe legate de interpretarea, prin prisma socialului, a aspectelor medicale ce caracterizează societatea contemporană.

3. Competențe instrumental - aplicative:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formarea de abilități de aplicare a teoriilor și metodelor de studiu în sociologia medicală. ▪ Formarea abilității de utilizare și elaborare de instrumente specifice de diagnostic și studiu în sociologia medicală.
4. Competențe atitudinale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manifestarea unor atitudini etice adecvate profesării ca specialist în domeniul sociologiei medicale. ▪ Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă.

Bibliografie obligatorie

1. Codul Deontologic al Colegiului Medicilor din România, www.cmr.ro/index
2. Legea spitalelor, nr. 270 din 18/06/2003, publicată în Monitorul Oficial, Partea I nr. 438 din 20/06/2003
3. Blaga, E. (2005) *Configurația socială a asigurărilor de sănătate*. București: Editura Pinguin Book.
4. Cartwright, F., Biddis, M. (2005) *Bolile și istoria*. București: Editura Bic All.
5. Cumston, C. G. (1996) *The History of medicine*. London: Routledge.
6. Gordon, E., Golanty, E., (1985) *Health and Wellness - A Holistic Approach*, Boston: Jones and Bartlett Publishers.
7. Hingson, R., Scotch, N., Sorenson, J., Swazey, J. (1981) *In Sickness And In Health - Social Dimensions of Medical Care*, London: The C. V. Mosby Company.
8. Kidel, M., Rowe-Leete, S. (1988). *The Meaning of Illness*. London:Routledge.
9. Luban-Plozza, B., Iamandescu, I., B. (2002) *Dimensiunea psihosocială a practicii medicale*. București: Editura Infomedica.
10. Lupu, I și Zanc I. (1999) *Sociologie medicală – teorie și aplicații*. Iași: Editura Polirom.
11. Malinowski, B., 1993. *Magie, știință și religie*, Editura Moldova, Iași.
12. Maykovich, M., K., 1980. *Medical Sociology*, Alfred Publishing Co, Sacramento.
13. Navarro, V. (2002) *The Political Economy of Social Inequalities: Consequences for Health and Quality of Life*. New-York: Amityville.
14. Pinell, P. (1996) *Modern Medicine And The Civilising Process*, în *Sociology of Health And Illness*, nr. 1.
15. Popescu, G., Rădulescu, S. (1981) *Medicina și colectivitățile umane*. București: Editura Medicală.
16. Rădulescu, Sorin M. (1994) *Homo sociologicus. Raționalitate și iraționalitate în acțiunea umană*. București: Casa de editură și presă "Șansa".
17. Rădulescu S. (2002) *Sociologia sănătății și a bolii*. București: Editura Nemira.
18. Rădulescu, Sorin și Piticariu, Mihai. (1989) *Devianță comportamentală și boală psihică. Sociologie și psihiatrie*. București: Editura Academiei RSR.

Bibliografie opțională

1. Aries, P. (1996) *Omul în fața morții*. București: Editura Meridiane.
2. Doboș, C. (2003) *Accesul populației la serviciile publice de sănătate*. În *Calitatea vieții*, XIV, nr. 3-4.
3. Foucault, M. (1996) *Istoria nebuniei în epoca clasică*. București: Editura Humanitas.
4. Girard, R. (1995) *Violența și sacralul*. București: Editura Nemira.
5. Goffman, E. (1963) *Stigma - Notes On Management of Spoiled Identity*. London: Penguin Books.
6. Iamandescu, I. B. (1997) *Psihologie medicală*. București: Editura InfoMedica.
7. Lorenz, K. (1996) *Cele opt păcate capitale ale lumii civilizate*. București: Editura Humanitas.

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
 Facultatea de Științe Socio-Umane
 Departamentul de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
 Domeniul de studii de licență: Sociologie
 Specializarea: Sociologie

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: Sociologia opiniei publice și analiză electorală
Codul disciplinei: 38-04-10-308
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: III, semestrul 2
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): O
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Sp
Discipline anterioare cerute *: Metode de cercetare socială, Sociologie politică
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): E
Departamentul care coordonează disciplina: Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Titularul / titularii disciplinei: Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (<i>NOAD_{sem}</i>)
24	12	-	-	36

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
<i>NOAD_{sem}</i>	<i>NOSI_{sem}</i>	<i>NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}</i>	Numărul de credite
36	99	135	5

Obiectivele disciplinei
<p>Obiectivele cursului</p> <p>La absolvirea cursului, studenții trebuie să fie capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"> - opereze cu conceptul de opinie publică, privit în relație cu sursele și funcțiile sale; - planifice designul unei cercetări pe bază de sondaj de opinie având drept finalitate analiza electorală; - opereze cu termeni cheie precum: vot de proximitate spațială, vot direcțional, clivaje politice, identificare partinică etc.; - construiască scurte analize privind spațiul electoral românesc, urmărind profiluri electorale, participare electorală, determinanți ai votului etc.; - se raporteze critic la analize electorale ale terților.
<p>Obiectivele activităților aplicative (seminar, laborator, proiect)</p> <p>La absolvirea laboratorului, studenții trebuie să fie capabili să:</p>

- planifice designul unei cercetări bazate pe sondaje de opinie publică;
- construiască un chestionar în scopul testării unei ipoteze date;
- construiască un eșantion reprezentativ pentru o populație dată;
- construiască baze de date destinate centralizării datelor de sondaj;
- se raporteze critic din punct de vedere metodologic la rapoarte de cercetare ale terților;
- discute și identifice limitările metodologice ale sondajelor de opinie în studierea realității sociale.

Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
CURS			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1.	Introducere în tematica și obiectivele cursului Obiectivele laboratorului. Cerințe. Evaluare.	2	1
2.	Conceptul de opinie publică Opinie. Opinie publică. Evoluția conceptului. Legea opiniei la John Locke. Guvernare și opinie la David Hume și James Madison. Jean-Jacques Rousseau și conceptul de „opinie publică”. Tirania opiniei publice la Alexis de Tocqueville	2	2
3.	Sursele opiniei. Modele ale formării opiniei Atitudini. Cunoștințe. Ideologie. Valori. Cultură politică.	4	3, 4
4.	Cunoașterea științifică a opiniei publice Sondajele de opinie publică. Istoria sondajelor de opinie. Începutul secolului XX. Sondaje de opinie și predicție electorală. Un eșec răsunător: „Literary Digest”. George Gallup și alegerile prezidențiale din 1936. Șapte decenii de evoluție în tehnicile de sondare a opiniei publice. Sondajele de opinie în contextul metodologic socio-uman.	2	5
5.	Populație și eșantion Idea cercetării selective. Reprezentativitatea eșantionului. Tipuri de eșantioane probabilistice. Mărimea eșantionului. Tipuri de eșantioane neprobabilistice.	2	6
6.	Etica sondajelor de opinie publică Etica culegerii datelor. Etica analizei datelor. Standarde profesionale. Prevenirea falsificării interviurilor în sondajele de opinie publică.	2	7
7.	Insertia rezultatelor sondajelor în viața publică Raportarea rezultatelor în mass media. Implicații etice și politice. Sondaje la ieșirea de la urne (<i>exit polls</i>). Sondaje neconvenționale: <i>push polls</i> . Conceptul de campanie continuă. De la <i>pollster</i> la <i>spin doctor</i> .	2	8
8.	Indicatori utilizați în analiza electorală. Utilizarea sondajelor de opinie în campaniile electorale Notorietate. Încredere. Intenție de vot. Orientare ideologică.	2	9

	Teme și atitudini politice.		
9.	Determinanți ai participării electorale Modele economice, psihologice, sociologice	2	10
10.	Modele explicative ale votului Modele ale votului ca alegere rațională: Modelul votului de proximitate spațială. Modelul direcțional al votului. Modelul votului retrospectiv. Modelul alegătorului consumator. Modele sociologice ale votului: Școala de la Columbia. Clivaje politice. Vechile clivaje. Noile clivaje. Modelul radical al votului. Modele psihologice ale votului: Modelul Michigan. Modele cognitive. Modele psihodinamice.	2	11, 12
SEMINAR / LABORATOR / PROIECT			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1.	Lumea exterioară și imaginile din mintea noastră Walter Lippmann și studierea opiniei publice	2	2
2.	Sondaje de opinie și societate Rolul sondajelor de opinie în contextul democrației. Sondajele de opinie în contextul metodologic socio-uman	2	4
3.	O modalitate de construcție a unui eșantion național	2	6
4.	Construcția chestionarului. Indicatori utilizați în analiza electorală Logica întocmirii chestionarului. Tipuri de întrebări, în funcție de formă și conținut. Întrebări închise versus întrebări deschise. Erori legate de construcția chestionarului. Erori și surse de erori	2	8
5.	Sondaje la ieșirea de la urne (Exit polls) Aspecte metodologice. Acuratețea sondajelor la ieșirea de la urne	2	10
6.	De ce (nu mai) votează oamenii? Cine sunt votanții? Cine sunt non-votanții? Participarea electorală în contextul României	2	12

Descrierea metodelor de predare
dezbaterea, explicația, conversația euristică, munca în grup, exerciții individuale și de grup

Bugetul de timp pentru studiul individual			
Denumirea activității	Nr. ore	Denumirea activității	Nr. ore
1. Descifrarea și studierea notițelor de curs	12	6. Elaborarea temelor de casă, referatelor ...	24

2. Studiul după manual sau suport de curs	-	7. Pregătirea pentru evaluările periodice	-
3. Studiarea bibliografiei minimale indicate	24	8. Pregătirea pentru examinarea finală	24
4. Documentarea suplimentară *	6	9. Participarea la consultații	-
5. Pregătirea seminariilor și/sau laboratoarelor	9	10. Alte activități ...	-
Numărul total al orelor alocate studiului individual NOSI_{sem}			99

* în bibliotecă, pe INTERNET, pe teren ...

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală, %
• Media notelor acordate la seminar	20%
• Media notelor acordate pentru activitatea la laborator	-
• Notele obținute la testele periodice sau parțiale	-
• Nota acordată pentru frecvența la curs	-
• Notele acordate pentru temele de casă, referate, eseuri, traduceri, studii de caz ...	25%
• Notele acordate pentru participarea la cercuri științifice și/sau la concursuri profesionale	-
• Nota acordată la examinarea finală	55%
• Alte note	-
Modalitatea de examinare finală *: Lucrare scrisă cu subiecte aplicative.	
Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
Obținerea notei minime 5 la examinarea scrisă și nota finală (construită pe baze celor trei criterii de evaluare) 5.	Obținerea punctajului maxim pentru fiecare dintre cele trei categorii de evaluări.

* Lucrare scrisă descriptivă, lucrare scrisă cu subiecte teoretice și aplicații, test grilă, examinare orală cu bilete ...

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor
examen scris (55% din nota finală), acoperind aspecte teoretice și practice legate de curs și seminar (inclusiv de bibliografia obligatorie); proiect individual de semestru (25% din nota finală), constând în planificarea unei cercetări pe bază de sondaj de opinie pe o temă electorală (alegerea eșantionului, elaborarea instrumentului de cercetare, buget de timp, resurse umane etc.); participare activă la seminarii și cursuri (20% din nota finală) – studenții trebuie să se implice în discuțiile/dezbaterile de curs/seminar, să parcurgă bibliografia obligatorie și să rezolve exercițiile/temele solicitate.

Competențele specifice disciplinei *	
1. Competențe privind cunoașterea și înțelegerea:	înțelegerea conceptului de opinie publică și cunoașterea principalelor explicații privind formarea acesteia; înțelegerea explicațiilor alternative privind determinanții votului și a caracterului lor complementar; cunoașterea și utilizarea adecvată a unor concepte fundamentale pentru cercetarea socială, precum: anchetă sociologică, sondaj de opinie, paradigma cantitativistă, paradigma calitativistă, chestionar, eșantion, cadru de eșantionare, eșantionare probabilistică, eșantionare neprobabilistică, reprezentativitate, cercetare selectivă etc.
2. Competențe în domeniul explicării și interpretării:	capacitatea de a identifica și discuta limitările metodologice ale sondajelor de opinie în studierea realității electorale, capacitatea de a explica decizia electorală pornind de la date de sondaj
3. Competențe instrumental - aplicative:	proiectarea de cercetări științifice pe bază de sondaje de opinie, construcția de chestionare sociologice, proiectarea de eșantioane reprezentative, tehnici de centralizare a datelor de sondaj cu ajutorul calculatorului
4. Competențe atitudinale:	lucru în echipă, atitudine responsabilă față de ideea de cercetare în științele sociale, promovarea ideii de etică în cercetarea socială

* competențele generale sunt menționate în Fișa specializării

Bibliografie obligatorie
<p>BABBIE, Earl, <i>The Practice of Social Research</i>, Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1998.</p> <p>BRYMAN, Alan, <i>Social Research Methods</i>, Oxford: Oxford University Press, 2001.</p> <p>CHELCEA, Septimiu, <i>Opinia publică. Gândesc masele despre ce și cum vor elitele?</i>, București: Editura Economică, 2002.</p> <p>CHELCEA, Septimiu, <i>Metodologia cercetării științifice. Metode cantitative și calitative</i>, București: Editura Economică, 2001.</p> <p>CHELCEA, Septimiu și Loredana IVAN, „Metodologia și practica sondajelor finale (<i>exit polls</i>) cu referire la alegerile din 26 noiembrie 2000”, în <i>Revista română de comunicare și relații publice</i>, nr. 4-5, 2001.</p> <p>COMȘA, Mircea; Andrei GHEORGHITĂ și Claudiu D. TUFÎȘ (eds.), <i>Alegerile pentru Parlamentul European. România 2009</i>, Iași: Polirom, 2010.</p> <p>CRESPI, Irving, <i>The Public Opinion Process: How the People Speak</i>, London: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.</p> <p>DALTON, Russell J., <i>Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Western Democracies</i>, Chatham: Chatham House Publishers, 1996.</p> <p>GHEORGHITĂ, Andrei, <i>Lideri politici și construcția deciziei de vot</i>, Iași: Institutul European,</p>

2010.

GROVES, Robert; Floyd FOWLER; Mick COUPER; James LEPKOWSKI; Eleanor SINGER & Roger TOURANGEAU, *Survey Methodology*, Wiley, 2004.

HARROP, Martin & William L. MILLER, *Elections and Voters. A Comparative Introduction*, London: The MacMillan Press, 1987.

NEWPORT, Frank, *Cât de mult contează sondajele de opinie?*, București: Editura Allfa, 2007.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, București: comunicare.ro, 2004.

ROTARIU, Traian & Petru ILUȚ, *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*, Iași: Polirom, 1997.

DE SINGLY, François; Alain BLANCHET; Anne GOTMAN & Jean-Claude KAUFMANN, *Ancheta și metodele ei: chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv*, Iași: Polirom, 1998.

SQUIRE, Peverill, „Why the 1936 Literary Digest Poll Failed”, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 52, Nr. 1, primăvara 1998, pp. 125-133.

VAN EVERA, Stephen, *Guide to Methods for Students of Political Science*, London: Cornell University Press, 1997.

DE VAUS, David, *Analyzing Social Science Data: 50 Key Problems in Data Analysis*, Thousand Oaks: Sage Publications, 2002.

ZALLER, John R., *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

Bibliografie opțională

CROSSLEY, Archibald M., „Straw Polls in 1936”, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 1, Nr. 1, ianuarie 1937, pp. 24-35.

FOWLER, Jr., Floyd Jackson, „How Unclear Terms Affect Survey Data”, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 56, Nr. 2, vara 1992, pp. 218-231.

GIBBS, Paula, „Push Poll Callers Contacting Voters”, în *Wiscasset Newspaper*, 12 septembrie 2002.

GROVES, Robert M.; Robert B. CIALDINI & Mick P. COUPER, „Understanding the Decision to Participate in a Survey”, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 56, Nr. 4, iarna 1992, pp. 475-495.

MERTON, Robert K. & Paul K. HATT, „Election Polling Forecasts and Public Images of Social Science. A Case Study in the Shaping of Opinion among a Strategic Public”, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 13, Nr. 2, vara 1949, pp. 185-222.

MORROW, Daniel R., „Karl Rove: Prince of Push Polling”, în *The Potomac. Washington's Literary Review*, 17 decembrie 2003.

MURPHY, Joe; Rodney BAXTER; Joe EYERMAN; David CUNNINGHAM & Joel KENNET, „A System for Detecting Interviewer Falsification”, lucrare prezentată la Conferința Anuală a American Association for Public Opinion Research, Phoenix, Arizona, 13-16 mai 2004.

KATZ, Daniel, „The Public Opinion Polls and the 1940 Election”, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 5, Nr. 1, martie 1941, pp. 52-78.

TOURANGEAU, Roger; Lance J. RIPS & Kenneth RASINSKI, *The Psychology of Survey Response*, Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
 Facultatea de Științe Socio-Umane
 Departamentul de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
 Domeniul de studii de licență: Sociologie
 Specializarea: Sociologie

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: Politici sociale
Codul disciplinei: 38-04-10-309
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: III, 6
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): O
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Fd
Discipline anterioare cerute *: Sociologie generală
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): E
Colectivul care coordonează disciplina: Sociologie și Asistență Socială
Titularul / titularii disciplinei: Lect. univ. dr. Ionela Vlase

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total ($NOAD_{sem}$)
28	14	–	–	42

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
$NOAD_{sem}$	$NOSI_{sem}$	$NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$	Numărul de credite
42	93	135	5

Obiectivele disciplinei:
<p>Obiectivele cursului:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Să cunoască principalele concepte și teorii specifice politicilor sociale; ➤ Să înțeleagă semnificația și rolul politicilor sociale, ca răspuns la problemele sociale legate de bunăstarea indivizilor, grupurilor sau societății în ansamblul ei; ➤ Să explice principalele modele de politică socială din perspectivă comparativă; ➤ Să promoveze metode științifice de intervenție în politica socială. ➤ Să cultive atitudini constructive și responsabile față de acest domeniu științific
<p>Obiectivele activităților aplicative: (seminar, laborator, proiect)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Să aplice cunoștințele dobândite în analize de politică socială sectorială;

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Să creeze abilități în elaborarea programelor de intervenție pentru rezolvarea problemelor; sociale, în inițierea și implementarea strategiilor de politică socială; ➤ Să promoveze implicarea în dezvoltarea instituțională, a parteneriatelor între instituții cu responsabilități în politicile sociale, atât la nivel de decizie, cât și la nivel de implementare. 			
Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
CURS			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1	Introducere. Definiția problemei sociale. Concepte de bază / cuvinte cheie: Problemă socială, sociologia problemelor sociale.	2	1
2	Perspective teoretice asupra problemelor sociale. Concepte de bază / cuvinte cheie: patologie socială, dezorganizare socială comportament deviant, etichetare și conflict.	2	2
3	Politicile sociale drept răspunsuri instituționalizate la anumite probleme sociale. Concepte de bază / cuvinte cheie: politici sociale, statul bunăstării, cetățenie socială, prestații sociale.	2	3
4	Implicarea statului în reglementarea, administrarea, finanțarea și acordarea prestațiilor și serviciilor sociale (I). Nașterea și dezvoltarea <i>Statului bunăstării</i> . Concepte de bază / cuvinte cheie: modernizare, industrializare, statul-națiune, cetățenie socială, drepturi sociale.	2	4
5	Implicarea statului în reglementarea, administrarea, finanțarea și acordarea prestațiilor și serviciilor sociale (II). Criza și restructurarea <i>Statului bunăstării</i> . Concepte de bază/cuvinte cheie: criza economică și politică, neoliberalism, restructurare	2	5
6	Principiile protecției sociale. Mecanismele administrativ-financiare ale protecției sociale. Concepte de bază / cuvinte cheie: universalitate, selectivitate, asigurări sociale, impozitare, contribuții.	2	6
7	Probleme și politici sociale în socialismul de stat. Cazul României în context regional. Concepte de bază/cuvinte cheie: socialism de stat, economie centralizată, paternalismul statului.	2	7
8	Tranziția ca sursă a unor probleme sociale. Concepte de bază/cuvinte cheie: tranziție, transformare, declin economic și demografic, șomaj.	4	8,9
9	Diviziuni sociale, prejudecăți și discriminare. Noțiuni teoretice Concepte de bază / cuvinte cheie: diviziune socială,	2	10

	prejudecăți, Discriminare		
10	Gen și inegalități de gen Concepte de bază / cuvinte cheie: discriminare de gen, șovinism masculin, inegalitate între bărbați și femei, diviziunea sexuală a muncii, egalitate de șanse.	2	11
11	Discriminări rasiale și etnice. Concepte de bază / cuvinte cheie: discriminare etnică și rasială, etnia și rasa ca factori ai inegalității, majoritate-minoritate, egalitate de șanse.	2	12
12	Sărăcie și inegalitate economică. Protecția socială a persoanelor sărace. Concepte de bază/cuvinte cheie: subzistență, sărăcie, deprivare, testarea mijloacelor, venit minim garantat.	2	13
13	Ocuparea forței de muncă și șomajul. Politici de combatere a șomajului și efectelor sale. Concepte de bază/cuvinte cheie.	2	14
SEMINAR			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1	Introducere. Definiția problemei sociale. Politicile sociale drept răspunsuri instituționalizate la anumite probleme sociale.	2	1
2	Perspective de analiză a problemelor sociale: patologie socială, dezorganizare socială, comportament deviant, etichetare și conflict.	2	3
3	Concepte de bază: politici sociale, statul bunăstării, cetățenie socială, servicii și prestații sociale.	2	5
4	Dezvoltarea statului bunăstării – perspective istorice. Implicarea statului în reglementarea, administrarea, finanțarea și livrarea prestațiilor și serviciilor sociale.	2	7
5	Principiile protecției sociale: universalitate – selectivitate – asigurări sociale. Repere istorice: Legea Săracului în Anglia elisabetană (1601). Asigurările sociale introduse de Bismarck (1892). Avantajele și dezavantajele testării mijloacelor. Mecanisme administrativ-financiare ale protecției sociale.	2	9
6	Socialismul de stat în România. Politici sociale și viața de zi cu zi	2	11
7	Probleme sociale specifice tranziției post-socialiste	2	13

Descrierea metodelor de predare
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Expunerile teoretice se vor pe baza pe suportul de curs. Predarea se va realiza cu ajutorul video-proiectorului, utilizând captarea atenției cursanților prin exemple; ➤ Metoda de predare va fi interactivă, solicitând atenția și participarea directă a studenților; ➤ Partea aplicativă va cuprinde participarea cursanților la analiza globală și sectorială a politicilor sociale.

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor
Referat / proiect Examen scris la sfârșitul semestrului

Bugetul de timp pentru studiul individual			
Denumirea activității	Nr. ore	Denumirea activității	Nr. ore
1. Descifrarea și studierea notițelor de curs	19	6. Elaborarea temelor de casă, referatelor	10
2. Studiul după manual sau suport de curs	20	7. Pregătirea pentru evaluările periodice	–
3. Studierea bibliografiei minimale indicate	20	8. Pregătirea pentru examinarea finală	14
4. Documentarea suplimentară *	–	9. Participarea la consultații	–
5. Pregătirea seminariilor și/sau laboratoarelor	10	10. Alte activități	–
Numărul total al orelor alocate studiului individual NOSI_{sem}			93

* în bibliotecă, pe INTERNET, pe teren ...

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală, %
• Media notelor acordate la seminar	20
• Media notelor acordate pentru activitatea la laborator	
• Notele obținute la testele periodice sau parțiale	
• Nota acordată pentru frecvența la curs	
• Notele acordate pentru temele de casă, referate, eseuri, traduceri, studii de caz ...	40
• Notele acordate pentru participarea la cercuri științifice și/sau la concursuri profesionale	
• Nota acordată la examinarea finală	40
• Alte note	
- Modalitatea de examinare finală: Examen grilă pe baza teoriei și aplicațiilor studiate	

* lucrare scrisă descriptivă, lucrare scrisă cu subiecte teoretice și aplicații, test grilă, examinare orală cu bilete ...

Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
<ul style="list-style-type: none"> • 10% prezență seminar • 20% susținerea unui referat la seminar • 20% rezultat test grilă 	<ul style="list-style-type: none"> • 20% activitate seminar • 40% susținerea unui referat la seminar • 40% rezultat test grilă

Competențele specifice disciplinei *	
1. Competențe privind cunoașterea și înțelegerea:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Să formeze capacitatea de a cunoaște și înțelege principalele concepte și teorii specifice politicilor sociale; ➤ Să înțeleagă semnificația și rolul politicilor sociale, ca răspuns la problemele sociale legate de bunăstarea indivizilor, grupurilor sau societății în ansamblul ei.
2. Competențe în domeniul explicării și interpretării:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Să formeze abilități de a explica și interpreta principalele modele de politică socială din perspectivă comparativă.
3. Competențe instrumental - aplicative:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Să formeze abilități de a elabora programe de intervenție pentru rezolvarea problemelor; sociale, în inițierea și implementarea strategiilor de politică socială.
4. Competențe atitudinale	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Să formeze abilități de încurajare și susținere a programelor și politicilor sociale; ➤ Să cultive atitudini constructive și responsabile față de politicile sociale

* competențele generale sunt menționate în Fișa specializării

Bibliografie:
<ol style="list-style-type: none"> 1) Cace, Sorin (2004). <i>Statul bunăstării. Evoluții și tendințe</i>. București: Expert.. 2) Popescu, Livia, <i>Politici sociale între paternalism de stat și responsabilitate individuală [East-European Social Policies between state paternalism and individual responsibility]</i>, Cluj: Presa Universitară Clujeană. 3) Pop, Luana (coord.), <i>Dicționar de politici sociale</i>, Editura Expert, București, 2002. 4) Preda, Marian, <i>Politica socială românească între sărăcie și globalizare</i>, Editura Polirom, Iași, 2002. 5) Preda, Marian, <i>Riscuri și inegalități sociale în România</i>, Polirom, Iași, 2009. 6) Preoteasa, Ana Maria, <i>Cercetarea politicilor sociale, Aspecte metodologice</i>, Lumen, Iași, 2009. 7) Săndulescu, M. Sofia, Berevolescu, Ionică, <i>Sărac lipit, caut o altă viață</i>, București, Editura Nemira, 2004 8) Toanchină Camelia, <i>Migrația internațională și politicile sociale</i>, Lumen, Iași, 2006. 9) Zamfir, Cătălin (coord.), 1999, <i>Politici sociale în România</i>, Editura Expert, București. 10) Zamfir, Cătălin; Zamfir, Elena (coord.), <i>Politici sociale – România în context european</i>, Editura Alternative, București, 1995.

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
 Facultatea de Științe Socio-Umane
 Departamentul de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
 Domeniul de studii de licență: Sociologie
 Specializarea: Sociologie

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: LABORATOR PENTRU ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ
Codul disciplinei: 38-04-10-310
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: III, sem 6
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): O
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Sp
Discipline anterioare cerute *: Metode de cercetare socială, Metodologia cercetării în științele sociale
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): C
Departamentul care coordonează disciplina: DJRPSP
Titularul / titularii disciplinei: Lector univ. dr. Alin Croitoru

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total ($NOAD_{sem}$)
	-	60	-	60

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
$NOAD_{sem}$	$NOSI_{sem}$	$NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$	Numărul de credite
60	102	162	6

Obiectivele disciplinei
Obiectivele cursului
Obiectivele activităților aplicative (seminar, laborator, proiect) Scopul laboratorului este acela de a-i asista pe studenții anului III în procesul de elaborare și redactare a lucrărilor de licență. Pe parcursul semestrului laboratorul va aborda atât aspecte legate de etapele majore ale procesului de cercetare, precum selectarea temei de cercetare sau trecerea în revistă a literaturii de specialitate, cât și regulile generale de scriere academică și aspecte punctuale de formă și redactare. <i>Laboratorul de cercetare</i> conține două componente: <ul style="list-style-type: none"> ➤ o serie de discuții asupra aspectelor generale ale procesului de elaborare și redactare a unei lucrări științifice ➤ discuții axate strict pe experiența studenților înscriși la curs în redactarea propriei lucrări de licență.

Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
SEMINAR / LABORATOR / PROIECT			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1.	Fundamentarea teoretică a lucrării. Dezvoltarea ipotezelor și întrebărilor de cercetare pe baza literaturii de specialitate	5	1
2.	Alegerea metodelor de culegere a datelor adecvate temei	10	2, 3
3.	Date proprii vs. date din alte surse: identificarea surselor de date adecvate pentru tema respectivă	5	4
4.	Colectarea datelor proprii	10	5, 6
6.	Discuții pe baza metodelor de analiză alese de fiecare student	15	7, 8, 9
8.	Structura lucrării de licență.	5	10
9.	Cum scriem pentru audiențe diferite?	5	11
11.	Etica cercetării și evitarea plagiatului	5	12

Descrierea metodelor de predare
Dezbateri, exerciții, aplicații practice.

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor
- participare activă la seminar. Evaluarea pentru această componentă se realizează pe tot parcursul semestrului - studenții trebuie să se implice în discuțiile de seminar, să parcurgă bibliografia obligatorie și să rezolve exercițiile solicitate.
- prezentare orală în cadrul laboratorului a metodologiei folosite pentru lucrarea de licență. Săptămânile 8, 9 și 10, conform unei programări realizate în prealabil.

Bugetul de timp pentru studiul individual			
Denumirea activității	Nr. ore	Denumirea activității	Nr. ore
1. Descifrarea și studierea notițelor de curs	-	6. Elaborarea temelor de casă, referatelor	40
2. Studiul după manual sau suport de curs	-	7. Pregătirea pentru evaluările periodice	20
3. Studiarea bibliografiei minimale indicate	16	8. Pregătirea pentru examinarea finală	10
4. Documentarea suplimentară *	16	9. Participarea la consultații	-
5. Pregătirea seminariilor și/sau laboratoarelor	-	10. Alte activități	-
Numărul total al orelor alocate studiului individual NOSI_{sem}			102

* în bibliotecă, pe INTERNET, pe teren ...

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală, %
• Media notelor acordate la seminar	20%
• Media notelor acordate pentru activitatea la laborator	-
• Notele obținute la testele periodice sau parțiale	-
• Nota acordată pentru frecvența la curs	-
• Notele acordate pentru temele de casă, referate, eseuri, traduceri, studii de caz ...	80%
• Notele acordate pentru participarea la cercuri științifice și/sau la concursuri profesionale	-
• Nota acordată la examinarea finală	-
• Alte note	-
Modalitatea de examinare finală *:	

* lucrare scrisă descriptivă, lucrare scrisă cu subiecte teoretice și aplicații, test grilă, examinare orală cu bilete ...

Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
Nota finală (construită pe baza celor două criterii de evaluare) 5.	Obținerea punctajului maxim pentru fiecare dintre cele două categorii de evaluări.

Competențele specifice disciplinei *	
1. Competențe privind cunoașterea și înțelegerea:	Cunoașterea și utilizarea la nivel avansat a conceptelor, teoriilor și metodelor specifice cercetării sociale
2. Competențe în domeniul explicării și interpretării:	Capacitatea de a interpreta informație rezultată în urma explorării fenomenelor sociale utilizând metodologia de cercetare specifică și de a formula explicații
3. Competențe instrumental - aplicative:	Capacitatea de a elabora o lucrare științifică (lucrare de licență)
4. Competențe atitudinale	Promovarea ideii de etică în culegerea, analiza și interpretarea datelor sociale

* competențele generale sunt menționate în Fișa specializării

Bibliografie
(1) Chelcea, Septimiu (2003). <i>Cum să redactăm: o lucrare de diplomă, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane</i> . București: comunicare.ro.
(2) Cooper, Harris (1998). <i>Synthesizing Research. A Guide for Literature Reviewers</i> . 3rd edition. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications. Capitolele 1-3.

- (3) Eco, Umberto (2006). *Cum se face o teză de licență. Disciplinele umaniste*. Iași: Polirom.
- (4) Mărginean, Ioan (2000). *Proiectarea cercetării sociologice*. Iași: Polirom.
- (5) Chelcea, Septimiu (2001). *Metodologia cercetării științifice. Metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.
- (6) Richardson, Laurel (1990). *Writing Strategies: Reaching Diverse Audiences*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- (7) Seltzer, Richard A. (1996). *Mistakes That Social Scientists Make: Error and Redemption in the Research Process*. New York: St.Martin's Press. Secțiunile I-VII și X.
- (8) Șerbănescu, Andra (2001). *Cum se scrie un text*. Iași: Polirom.
- (9) Van Evera, Stephen (1997). *Guide to Methods for Students of Political Science*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- (10) Wolcott, Harry F. (1990). *Writing up Qualitative Research*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
 Facultatea de Științe Socio-Umane
 Departamentul de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
 Domeniul de studii de licență Sociologie
 Specializarea: Sociologie

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: Marketing social și cercetare de piață
Codul disciplinei: 38-04-10-315
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: anul III, semestrul 2
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): A
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Sp
Discipline anterioare cerute *: Metode cantitative de cercetare socială, Metode calitative de cercetare socială
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): E
Departamentul care coordonează disciplina: Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Titularul / titularii disciplinei: Conf. univ. dr. Andrei Gheorghită

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total ($NOAD_{sem}$)
24	12	-	-	36

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
$NOAD_{sem}$	$NOSI_{sem}$	$NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$	Numărul de credite
36	72	108	4

Obiectivele disciplinei
<p>Obiectivele cursului: Cursul își propune să ofere studenților o imagine asupra principalelor tipuri de cercetări de piață. La absolvirea cursului, studenții trebuie să fie capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizeze adecvat conceptele majore din sfera cercetării de piață; - diferențieze între tipuri de cercetări de piață prin identificarea aspectelor comune și specifice; - elaboreze un design de cercetare de piață; - elaboreze o analiză pe date empirice dintr-o cercetare de piață.
<p>Obiectivele activităților aplicative: La absolvirea seminarului, studenții trebuie să fie capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none"> - construiască instrumente de cercetare specifice metodelor folosite în cercetarea de marketing pentru a răspunde unor nevoi de cunoaștere specifice.

Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
CURS			
Nr. crt.	Tema	Nr. ore	Săptămâna
1.	Introducere în tematica și obiectivele cursului Obiective. Cerințe. Evaluare.	2	1
2.	Ce este cercetarea de piață? Obiectivele cercetării de piață De ce avem nevoie de cercetare de piață? Folosirea cercetării de piață pentru luarea deciziilor de afaceri. Când se recurge la cercetarea de piață? Cine face cercetare de piață? Analiza pieței. Analiza răspunsului pieței la un produs sau serviciu. Analiza eficienței campaniilor publicitare sau de promovare. Planificare strategică. Comportamentul consumatorului. Surse de date primare și secundare. Date cantitative și calitative.	2	2
3.	Designul cercetării Definirea nevoilor de informații. Definirea problemei. De la problemă la obiective. Identificarea metodelor de cercetare corespunzătoare obiectivelor. Alegerea metodei de cercetare potrivite.	2	3
4.	Cercetarea de birou. Utilizarea datelor secundare în cercetarea de piață Tipuri de date utile. Statistici demografice. Date ale unor studii științifice. Date de sondaj. Informații legale. Presa. Baze de date online. Planificarea cercetării de birou. Limitări.	2	4
5.	Date primare în cercetarea de piață. Sondajul de opinie (1) Când recurgem la sondaje de opinie? Designul chestionarului. Tipuri de chestionare. Tipuri de întrebări. Tipuri de sondaje de opinie publică: față în față, telefonice, cu autocompletare, via internet. Avantaje și dezavantaje. Alegerea subiecților. Strategii de eșantionare. Reprezentativitate.	2	5
6.	Date primare în cercetarea de piață. Sondajul de opinie (2) Analiza și interpretarea datelor de sondaj. Analiza întrebărilor deschise și închise. Grafice și scoruri. Identificarea sensului răspunsurilor: tendințe, similarități, contradicții.	2	6
7.	Date primare în cercetarea de piață. Focus grupul Când recurgem la focus grupuri? Domenii de utilitate. Planificarea și recrutarea grupurilor. Numărul de grupuri. Moderarea interviurilor de grup. Instrumente și tehnici la dispoziția moderatorului. Analiza datelor obținute.	2	7
8.	Date primare în cercetarea de piață. Interviuul de profunzime Când recurgem la interviul individual? De câte interviuri	2	8

	avem nevoie? Principii. Elaborarea ghidului de interviu. Obținerea cooperării din partea subiectului. Analiza datelor obținute.		
9.	Date primare în cercetarea de piață. Observația Când folosim observația? Mystery shopping. Observația și analiza distribuției produselor. Observația în analiza produselor. Observația în analiza materialelor de promovare. Raportarea datelor de observație.	2	9
10.	Raportarea și comunicarea rezultatelor Reguli pentru elaborarea rapoartelor și prezentărilor. Raportarea datelor calitative. Raportarea datelor cantitative. „Traducerea” rezultatelor în limbajul clientului.	2	10
11.	Cercetare de piață și marketing social	2	11
12.	Marketing social Ce este marketingul social? Sferă de cuprindere. Specific, particularități.	2	12
SEMINAR			
Nr. crt.	Tema	Nr.ore	Săptămâna
1.	Evoluția istorică a cercetărilor de piață	2	2
2.	Comportamentul consumatorului: obiceiuri de cumpărare și utilizare, personalitatea, stilul de viață, decizia de cumpărare	2	4
3.	Segmentarea consumatorilor	2	6
4.	Analiza poziționării și a mărcii	2	8
5.	Cercetări pentru lansarea unor produse noi	2	10
6.	Studiile de preț	2	12
7.	Marketing social	2	14

Descrierea metodelor de predare
Prelegere, dezbateri, explicație, conversație euristică, analiză de text, aplicații practice.

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor
- examen scris (50% din nota finală), acoperind aspecte legate de curs și seminar (inclusiv de bibliografia obligatorie); - proiect de grup (30% din nota finală), sub forma unei micro-cercetări de piață; - participare activă la cursuri și seminarii (20% din nota finală).

Bugetul de timp pentru studiul individual			
Denumirea activității	Nr. ore	Denumirea activității	Nr. ore
1. Descifrarea și studierea notițelor de curs	14	6. Elaborarea temelor de casă, referatelor	20

2. Studiul după manual sau suport de curs	-	7. Pregătirea pentru evaluările periodice	-
3. Studiarea bibliografiei minimale indicate	13	8. Pregătirea pentru examinarea finală	20
4. Documentarea suplimentară *	-	9. Participarea la consultații	-
5. Pregătirea seminariilor și/sau laboratoarelor	5	10. Alte activități	-
Numărul total al orelor alocate studiului individual NOSI_{sem}			72

* în bibliotecă, pe INTERNET, pe teren ...

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală, %
- Nota acordată la examinarea finală.	50%
- Media notelor acordate la seminar.	30%
- Notă proiect de semestru.	20%
Modalitatea de examinare finală *: lucrare scrisă cu subiecte teoretice și aplicații	

* lucrare scrisă descriptivă, lucrare scrisă cu subiecte teoretice și aplicații, test grilă, examinare orală cu bilete ...

Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
Obținerea notei minime 5 la examinarea scrisă și nota finală (construită pe baze celor trei criterii de evaluare) 5.	Obținerea punctajului maxim pentru fiecare dintre cele trei categorii de evaluări.

Competențele specifice disciplinei *	
1. Competențe privind cunoașterea și înțelegerea:	- cunoașterea și utilizarea adecvată a conceptelor analitice majore din sfera cercetării de piață; - capacitatea de a elabora un design de cercetare, punând în relație combinații de metode de analiză și obiective ale cercetării.
2. Competențe în domeniul explicării și interpretării:	- capacitatea de a explica și interpreta situații practice din câmpul studiilor de piață.
3. Competențe instrumental - aplicative:	- capacitatea de a realiza o cercetare de piață; - capacitatea de a identifica surse de date secundare pentru analiza de birou a unei probleme de marketing; - capacitatea de a realiza un raport de cercetare.
4. Competențe atitudinale	- lucru în echipă; - atitudine responsabilă și riguroasă față de ideea de cercetare de piață.

* competențele generale sunt menționate în Fișa specializării

Bibliografie

- Adams, Karen și Ian Brace (2006) *An Introduction to Market and Social Research*, London: Kogan Page Limited.
- Birn, Robin și Patrick Forsyth (2002) *Market Research*, Oxford: Capstone Publishing.
- Brace, Ian (2004) *Questionnaire Design*, London: Kogan Page Limited.
- Datculescu, Petre (2006) *Cercetarea de marketing*, București: Brandbuilders Group.
- Doman, Don, Dell Dennison și Margaret Doman (2002) *Market Research Made Easy*, Bellingham: Self-Counsel Press.
- Ereaut, Gill (2002) *Analysis and Interpretation in Qualitative Market Research*, Thousan Oaks: Sage Publications.
- Hague, Paul, Nick Hague și Carol-Ann Morgan (2004) *Market Research in Practice. A Guide to the Basics*, London: Kogan Page Limited.
- Kotler, Philip și Kevin Lane Keller (2008) *Managementul marketingului*, București: Editura Teora.
- Mărginean, Ioan (2000) *Proiectarea cercetării sociologice*, Iași: Polirom.
- Rotariu, Traian și Petru Iluț (2006) *Ancheta sociologică și sondajul de opinie. Teorie și practică*, Iași: Polirom.

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei: Marketing cultural
Codul disciplinei: 38-04-10-316
Anul de studiu și semestrul în care se studiază disciplina: II, 4
Regimul disciplinei (obligatorie O, opțională A sau facultativă L): A
Categoria formativă (fundamentală Fd, de specialitate Sp, generală Gen): Sp
Discipline anterioare cerute *: Metode și tehnici de cercetare sociologică, Sociologia culturii.
Forma de evaluare (examen E, verificare V, colocviu C): E
Departamentul care coordonează disciplina: Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Titularul / titularii disciplinei: Conferențiar univ. Adela Popa

* disciplinele studiate anterior a căror cunoaștere este necesară pentru însușirea disciplinei

Extinderea disciplinei în planul de învățământ *:				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (<i>NOAD_{sem}</i>)
28	-	14	-	42

* numărul semestrial de ore de activități didactice directe

Bugetul de timp și creditele alocate disciplinei			
<i>NOAD_{sem}</i>	<i>NOSI_{sem}</i>	<i>NOT_{sem} = NOAD_{sem} + NOSI_{sem}</i>	Numărul de credite
42	66	108	4

Obiectivele disciplinei
<p>Obiectivele cursului</p> <ol style="list-style-type: none"> Înțelegerea noțiunilor fundamentale ale marketingului în general și a celui cultural; Înțelegerea și cunoașterea metodelor specifice cu care operează marketingul cultural și formarea abilității de aplicare a acestora la domeniul cultural. Analiza teoretică a problematicii specifice a marketingului cultural și corelarea acesteia cu cunoștințe dobândite în cadrul altor discipline.
<p>Obiectivele activităților aplicative (seminar, laborator, proiect)</p> <ol style="list-style-type: none"> Analiza prin aplicații practice a problematicii marketingului cultural. Dezvoltarea creativității și formarea abilităților de dezvoltare a unui proiect în marketingul cultural. Dobândirea abilității de identificare, analiză și abordare a fenomenelor culturale care pot face obiectul marketingului cultural.

Conținutul disciplinei (capitolele cursului / tematica seminarului / lucrărilor practice / etapele proiectului)			
CURS			
Nr. crt.	Tema	Nr.ore	Săptămâna
1	Noțiuni generale de marketing cultural. Circumscrierea domeniului de aplicare a marketingului cultural.	2	1
2	Tipuri de cultură. Marketingul serviciilor și produselor culturale specifice fiecărui tip de cultură.	4	2, 3
3	Mediul de acțiune al marketingului cultural.	2	4
4	Marketingul artelor-spectacol. Audiența artei. Cererea și oferta în domeniul artistic.	2	5, 6
5	Cercetarea de marketing. Organizarea și metodele cercetării.	6	7, 8, 9
6	Tipuri de politici în marketingul cultural. Strategii de piață.	4	10, 11
7	Comportamentul consumatorului de produse și servicii culturale	4	13, 14
SEMINAR / LABORATOR / PROIECT			
Nr. crt.	Tema	Nr.ore	Săptămâna
1	Lansarea proiectelor de promovare a unui produs / serviciu cultural. Formarea echipelor de lucru.	2	2
2	Dezbateri: opera de artă – valoare și accesibilitate.	2	4
3	Dezbateri: Kitsch-ul în cultură. Definiție, caracteristici.	2	6
4	Dezbateri: Analiza unor date privind consumul cultural al populației din România. Piața culturală în România.	4	8
5	Dezbateri: Analiza unor date privind consumul cultural al populației din România. Piața culturală în România.	2	10
6	Prezentarea proiectelor de promovare a unui produs / serviciu cultural	2	12
7	Prezentarea proiectelor de promovare a unui produs / serviciu cultural.	2	14

Criteriile de evaluare a cunoștințelor și promovarea disciplinei	
Evaluările considerate pentru stabilirea notei finale:	Ponderea evaluării în nota finală,
• Nota acordată pentru activitatea la laborator (proiect)	30 %
• Nota acordată pentru participarea la dezbaterile din cadrul cursurilor și seminariilor	20 %
• Nota acordată la examinarea finală	50 %
Modalitatea de examinare finală *: test grilă (întrebări închise și deschise)	
Cerințele minime de promovare (obținerea notei 5)	Cerințele de promovare cu nota maximă (obținerea notei 10)
<ul style="list-style-type: none"> activitate laborator (participare în echipă realizare proiect) test grilă 	<ul style="list-style-type: none"> activitate de laborator participare la dezbaterile din cadrul cursurilor și seminariilor test grila

Descrierea metodelor de predare

- Prelegere
- Prezentare studii de caz
- Dezbateri
- Aplicații practice

Descrierea formelor și metodelor de evaluare a cunoștințelor

- Realizarea unui proiect de echipă pentru promovarea a unui produs / serviciu cultural
- Participarea la dezbaterile de la curs și laborator.
- Examen grilă

Bibliografie obligatorie

1. Boudon, R. (1997) *Tratat de sociologie*. București: Humanitas.
2. Bourdieu, P. (1999) *Rațiuni practice – o teorie a acțiunii*. București: Editura Meridiane.
3. Bourdieu, P. (1986) *Economia bunurilor simbolice*. București: Editura Meridiane.
4. Georgiu, G. (2001) *Filosofia culturii*. București: Editura SNSPA.
5. Heilbrun, J., Gray, C. M. (1993) *The Economics of Art and Culture – an American Perspective*. Cambridge: University Press.
6. Istvan, H. (1989) *Kitsch-ul, fenomen al pseudo-artei*, București: Editura Politică.
7. Moldoveanu, M., Ioan-Franc, V. (1997) *Marketing și cultură*. București: Editura Expert.
8. Moles, A. (1980) *Psihologia kitsch-ului*. București: Editura Meridiane.