

FIȘA DISCIPLINEI
Introducere în Sociologie / Introduction to Sociology
2022-2023

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Comunicării
1.3. Departamentul	Științele comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării - IF
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/ Calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Limba de studiu	Română

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Introducere în sociologie		SSSC201104 DC				
2.2 Titularul/titularii activităților de curs	Conf.univ.dr Zarnescu Narcis		Email (adresa instituțională): narcis.zarnescu@ueb.education				
2.3 Titularul/titularii activităților de seminar	Conf.univ.dr Zarnescu Narcis		Email (adresa instituțională): narcis.zarnescu@ueb.education				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie
2.8. Numărul de credite ECTS	4						

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care:	2	3.3 seminar	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care:	28	3.6 seminar	14
3.7. Total ore de studiu pe semestru (număr ECTS * 25 ore)					100
3.8. Total ore studiu individual (3.7. – 3.4.)					
<i>Distribuția fondului de timp de studiu individual</i>					58 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități.....					-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	de	Nu
-----	----	----

curriculum	
4.2 de competențe	Nu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Acces la platforma UEB google classroom. Sală de seminar cu minim 25 locuri dotată cu laptop, webcam, videoproiector, conexiune internet, tablă.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> C1.1 Definirea principalelor concepte specifice sociologiei, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C1.2 Explicarea conceptuală a teoriilor și doctrinelor sociologice. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> CT1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea conceptelor de bază cu care operează sociologia – imagine conceptuală, imagine socială, poziționare, marcă, brand, a tehnicilor de construire a imaginii conceptuale și a tehnicilor de comunicare care transpun imaginea conceptuală în imagine socială.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea conceptului sociologic de organizație și a principalelor teorii referitoare la organizații. Cunoașterea obiectul și problematicii sociologiei . Cunoașterea evoluției gândirii sociologice . Cunoașterea teoriilor contemporane în sociologie . Cunoașterea teoriilor sociologice românești și a sociologilor români.. Cunoașterea noțiunii sociologice de grupuri sociale. Cunoașterea noțiunii sociologice de stratificare socială. Cunoașterea noțiunii sociologice de putere și conflict social Cunoașterea noțiunilor sociologice de mișcare și schimbare socială. Cunoașterea noțiunii sociologice de grup social

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Obiectul și problematica sociologiei (I)	Prelegere.	2 ore - FF
2. Obiectul și problematica sociologiei (II)	Prelegere.	2 ore - FF
3. Evoluția gândirii sociologice. (I)	Prelegere și exemplificări.	2 ore - FF
4. Evoluția gândirii sociologice, (II)	Prelegere și exemplificări.	2 ore - FF
5. Teorii contemporane în sociologie. (I)	Prelegere și exemplificări	2 ore - FF
6. Teorii contemporane în sociologie. (II)	Prelegere și exemplificări	2 ore - FF
7. Sociologia românească. (I)	Prelegere, exemplificări și dezbateri.	2 ore - FF
8. Sociologia românească. (II)	Prelegere, exemplificări și dezbateri.	2 ore - OS
9. Grupurile sociale.	Prelegere și exemplificări.	2 ore - OS
10. Stratificarea socială.	Prelegere și exemplificări.	2 ore - OS
11. Conceptul sociologic de putere și schimbare socială.	Prelegere și exemplificări.	2 ore - OS
12. Conceptul sociologic de mișcare socială.	Prelegere, exemplificări.	2 ore - OS
13. Conceptul sociologic de schimbare socială.	Prelegere și exemplificări.	2 ore - OS
14. Conceptul sociologic de organizație.	Prelegere și exemplificări.	2 ore - OS
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> CHICIUDEAN Ion - <i>Gestionarea imaginii în procesul comunicării</i>, București, Editura Licorna, 200 DATCULESCU PETRE - <i>Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoari și cum analizezi informația</i>, Editura Bradbuilders Grup, București, 2007. DINU, MIHAI – <i>Fundamentele comunicării interpersonale</i>, București, Ed. ALL GODDARD, ANGELA - <i>Limbajul publicității</i>, București, Ed. Polirom HALIC, ALEX BOGDAN – <i>Analiza imaginii organizațiilor</i>, București, Ed. comunicare.ro HOPKINS C. CLAUDE – <i>Viața mea în publicitate & Publicitatea științifică</i>, Editura Publica, București, 2007 JOUVE Michèle – <i>Comunicarea, publicitate și relații publice</i>, București, Ed. Polirom, 2005 KOTLER Philip - <i>Managementul marketingului</i>, București, Editura Teora, 1998 MARCONAC, LUC – <i>Strategii publicitare</i>, București, Ed. Polirom OGILVY DAVID, Ogilvy despre publicitate, Editura Ogilvy & mather, București, 2001. RAQUIN Bernard – <i>Marile manipulări din epoca modernă</i>, Pro, Editură și tipografie, 2007. RIES AL, RIES LAURA – <i>Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului</i>, Editura Bradbuilders Grup, București, 2005. RIES AI, TROUT Jack – <i>Poziționarea, lupta pentru un loc în mintea ta</i>, București, Ed. Curier Marketing, 2004 RIES AI & RIES Laura – <i>Cele 22 de legi imuabile ale brandingului. Cum să transformi un produs sau serviciu într-un brand de clasă mondială</i>, Editura Curier Marketing, București, 2003. 		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Obiectul și problematica sociologiei (I)	Prelegere.	1 ore - FF
2. Obiectul și problematica sociologiei (II)	Prelegere.	1 ore - FF

3. Evoluția gândirii sociologice. (I)	Prelegere și exemplificări.	1 ore - FF
4. Evoluția gândirii sociologice, (II)	Prelegere și exemplificări.	1 ore - FF
5. Teorii contemporane în sociologie. (I)	Prelegere și exemplificări	1 ore - FF
6. Teorii contemporane în sociologie. (II)	Prelegere și exemplificări	1 ore - FF
7. Sociologia românească. (I)	Prelegere, exemplificări și dezbateri.	1 ore - FF
8. Sociologia românească. (II)	Prelegere, exemplificări și dezbateri.	1 ore - OS
9. Grupurile sociale.	Prelegere și exemplificări.	1 ore - OS
10. Stratificarea socială.	Prelegere și exemplificări.	1 ore - OS
11. Conceptul sociologic de putere și schimbare socială.	Prelegere și exemplificări.	1 ore - OS
12. Conceptul sociologic de mișcare socială.	Prelegere, exemplificări.	1 ore - OS
13. Conceptul sociologic de schimbare socială.	Prelegere și exemplificări.	1 ore - OS
14. Conceptul sociologic de organizație.	Prelegere și exemplificări.	1 ore - OS

Bibliografie

15. CHICIUDEAN Ion - *Gestionarea imaginii în procesul comunicării*, București, Editura Licorna, 200
16. DATCULESCU PETRE - *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoari și cum analizezi informația*, Editura Bradbuilders Grup, București, 2007.
17. DINU, MIHAI – *Fundamentele comunicării interpersonale*, București, Ed. ALL
18. GODDARD, ANGELA - *Limbaajul publicității*, București, Ed. Polirom
19. HALIC, ALEX BOGDAN – *Analiza imaginii organizațiilor*, București, Ed. comunicare.ro
20. HOPKINS C. CLAUDE – *Viața mea în publicitate & Publicitatea științifică*, Editura Publica, București, 2007
21. JOUVE Michèle – *Comunicarea, publicitate și relații publice*, București, Ed. Polirom, 2005
22. KOTLER Philip - *Managementul marketingului*, București, Editura Teora, 1998
23. MARCONAC, LUC – *Strategii publicitare*, București, Ed. Polirom
24. OGILVY DAVID, Ogilvy despre publicitate, Editura Ogilvy & mather, București, 2001.
25. RAQUIN Bernard – *Marile manipulări din epoca modernă*, Pro, Editură și tipografie, 2007.
26. RIES AL, RIES LAURA – *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Editura Bradbuilders Grup, București, 2005.
27. RIES AI, TROUT Jack – *Poziționarea, lupta pentru un loc în mintea ta*, București, Ed. Curier Marketing, 2004
28. RIES AI & RIES Laura – *Cele 22 de legi imuabile ale brandingului. Cum să transformi un produs sau serviciu într-un brand de clasă mondială*, Editura Curier Marketing, București, 2003.

15. TROUT JACK – *Trout despre strategie. Cum să cucerești piața și să ocupi un loc în mintea consumatorului*, Editura Bradbuilders Grup, București, 2005.
16. Definiții termeni, *Dicționar de branding*, Dobrescu M. Emilian (coordonator), Viorica Mihăilescu Vereș, Editura Sigma, București, 2009.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite la curs.	Referat	20%
10.6. Evaluarea finală	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor de bază și capacitatea de a opera cu acestea.	Test individual scris.	80%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): notă			
10.8. Standard minim de performanță:			
<ul style="list-style-type: none"> • Minim 50% din punctajul acordat la testul scris. 			

Data completării
12.09.2022

Data avizării în departament IFR-ID
14.09.2022

Data avizării în departament
14.09.2022

Semnătura coordonatorului de disciplină,
Conf.univ.dr. Zarnescu Narcis

Semnătura responsabilului IFR
lect.univ.dr. Flavius Alexandru Pană

Semnătura directorului de departament IFR

Lect.univ.dr. Iulia Anghel

