**FIŞA DISCIPLINEI**

**1.Date despre program**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.1 | Instituţia de învăţământ superior | **UNIVERSITATEA DIN BUCUREŞTI** |
| 1.2 | Facultatea/Departamentul | **FACULTATEA DE SOCIOLOGIE SI ASISTENTA SOCIALA** |
| 1.3 | Catedra | **DEPARTAMENTUL DE SOCIOLOGIE** |
| 1.4 | Domeniul de studii | **SOCIOLOGIE** |
| 1.5 | Ciclul de studii | **MASTER** |
| 1.6 | Programul de studii/Calificarea | **SOCIOLOGIA CONSUMULUI ȘI MARKETING** |
|  |  |  |

**2.Date despre disciplină**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2.1 | Denumirea disciplinei | **Design aplicat** |
| 2.2 | Titularul activităţilor de curs | **Lector univ. dr. Alexa-Morcov Florin** |
| 2.3 | Titularul activităţilor de seminar | **Lector univ. dr. Alexa-Morcov Florin** |
| 2.4 | Anul de studiu | **I** | 2.5 Semestrul | **II** | 2.6 Tipul de evaluare | **E** | 2.7 Regimul disciplinei | **Obligatoriu** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pesăptămână | **2** | din care: 3.2 curs | **1** | 3.3 seminar/laborator | **1** |
| 3.4 Total ore din planul deînvăţământ |  **28** | din care: 3.5 curs | **14** | 3.6 seminar/laborator | **14** |
| Distribuţia fondului de timp |  | **ore** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | **85** |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | **42** |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | **40** |
| Tutoriat | **8** |
| Examinări | **3** |
| Alte activităţi  | **8** |
| 3.7 Total ore studiu individual | **186** |
| 3.9 Total ore pe semestru | **200** |
| 3.10 Numărul de credite |  | **8** |
|  |
| 4.1 de curriculum | - |
| 4.2 de competenţe | - |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **5. Condiţii** (acolo unde este cazul)  |
| 5.1. de desfăşurare a cursului  | Prelegerile se desfăşoară în săli cu echipament multimedia. |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului | Prelegerile se desfăşoară în săli cu echipament multimedia. În fiecare an este organizată o vizită la o companie ce activează în domeniul designului industrial.  |

|  |
| --- |
| **6. Competenţele specifice acumulate**  |
| **Competente profesionale** | Iniţierea studenţilor în problematica designului Dezvoltarea abilității de a înțelege texte de specialitateFormarea abilității de a folosi instrumente teoretice utilizate în studii de cazFormarea şi dezvoltarea competenţelor de cercetare |
| **Competente transversale** | Îmbunătățirea competențelor de analiză și de comunicare, prin intermediul unor teste scrise şi prin prezentări orale ale unor studii de cazDezvoltarea abilităților de gândire criticăDezvoltare profesională prin studii individuale și discuții în sala de curs |

|  |
| --- |
| 7. **Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate) |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei  | Însuşirea de către studenţi a principalelor teorii, teme și direcții de cercetare din cadrul designului şi rolul acestuia în apariţia şi dezvoltarea societăţii de consum.Formarea unei minime culturi în domeniul artelor vizuale.  |
| 7.2 Obiectivele specifice  | Iniţierea unui proces de “sensibilizare” a studenţilor în a înţelege modul în care “sistemul obiectelor” ne influenţează relaţiile sociale, relaţia noastră cu mediul natural, etc.Însuşirea de către studenţi a unor metode şi tehnici de descifrare a “limbajului” produselor de consum pe cele trei paliere principale - informativ / senzorial / cultural |

|  |
| --- |
| **8. Conţinuturi** |
| 8. 1 Curs | Metode de predare |  Observaţii |
| **Tematică** **1. Scurtă istorie socială a conceptului de “design” (1 oră)****2. *Design thinking* – procesul de creaţie specific designului** **(1 oră)****2. Limbajul artefactelor – dimensiunea senzorial-perceptivă a obiectelor (1 oră)****3. Limbajul artefactelor – dimensiunea social-culturală a obiectelor (2 ore)****4. Spaţiul de birou analizat din perspectivă socială (1 oră)** **5. Spaţiul domestic analizat din perspectivă socială (1 oră)****6. Spaţiul public (urban) analizat din perspectivă socială (2 ore)****7. *Food design*. Ambalajul alimentar ca mediator între consumator şi produsul consumat (1 oră)****8. Produsul “tradiţional” şi “reciclarea” sa culturală. Despre procesul de revalorizare a produselor alimentare tradiţionale (1 oră)** **9. *Graphic Design. Typography* (1 oră)****10. Procesul de *branding*.  Despre *corporate identity* (2 ore)** | Prelegeri, prezentări power point, analiza senzorială şi semantică a unor artefacte reale prezentate în cadrul cursului, proiecţii de filme documentare referitoare la tematica abordată, demonstraţii grafice.  | Suportul de curs este distribuit studenţilor pe un grup de discuţii on-line, special creat pentru acest curs. |
| **BIBLIOGRAFIE**ARNHEIM, R., (2011). Arta şi percepţia vizuală. O psihologie a văzului creator, Iaşi, Polirom.BLANDIN, B., (2002). La construction du social par les objets. Paris, PUF.BONNOT, T., (2002). La vie des objets d’ustensiles banals a objets de collection, Paris, Editions de la Maison des sciences de l’homme.BAUDRILLARD, J., (1996). Sistemul obiectelor. Bucuresti, Echinox.GROYS, B., (2003). Despre nou. Eseu de economie culturală, Bucureşti, Idea Design & Print.KAHANE, J., (2015). The Form of Design: Deciphering the Language of Mass-Produced Objects, Amsterdam, BIS Publishers.PAPANEK, V., [1971] (1997). Design pentru lumea reală. Ecologie umană şi schimbare social, Bucureşti, Editura Tehnică.WEINSCHENK, S., (2011). „100 things every designer needs to know about people”, Berkeley, New Riders (Pearson Education).WHITELEY, N., [1993] (1998). Design For Society, Londra, Reaktion Books. |
| 8. 2 Seminar/laborator | Metode de predare | Observaţii |
| **Tematică** **1. Scurtă istorie socială a conceptului de “design” (1 oră)****2. *Design thinking* – procesul de creaţie specific designului** **(1 oră)****2. Limbajul artefactelor – dimensiunea senzorial-perceptivă a obiectelor (1 oră)****3. Limbajul artefactelor – dimensiunea social-culturală a obiectelor (2 ore)****4. Spaţiul de birou analizat din perspectivă socială (1 oră)** **5. Spaţiul domestic analizat din perspectivă socială (1 oră)****6. Spaţiul public (urban) analizat din perspectivă socială (2 ore)****7. *Food design*. Ambalajul alimentar ca mediator între consumator şi produsul consumat (1 oră)****8. Produsul “tradiţional” şi “reciclarea” sa culturală. Despre procesul de revalorizare a produselor alimentare tradiţionale (1 oră)** **9. *Graphic Design. Typography* (1 oră)****10. Procesul de *branding*.  Despre *corporate identity* (2 ore)** | Prezentări individuale, Dezbatere, Exerciţii de construire a unor instrumente de cercetare pentru teme alese individual, Comentarii interactive peteme de design. |  |
| **BIBLIOGRAFIE**ADAMSON, A., [2006] (2009). Brand simple: cum reuşesc cele mai bune branduri prin simplitate, Bucureşti, Editura Publica.BANKSY, [1995] (2009). Wall and Piece (Arta la zid). Bucureşti, Editura Vellant.BERARD, L. şi MARCHENAY, P., (1995). „Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir.”, Terrain, nr. 24, pp. 153-164.BOGDAN, A., (2011). Branding pe frontul de Est. Despre reputatie, impotriva curentului, Bucureşti, Brandient Consult SRL.BOUDON, R. (), (2006). Tratat de sociologie, Bucureşti, Editura Humanitas, editia a doua – capitoul despre Schimbare Socială (Bernard Valade).BROMBERGER, Ch. şi CHEVALLIER, D., (), (1999). Carrieres d’objets. Innovations et relances, Paris, Editions de la Maison des sciences de l’homme, pp. 135-151.CEPPI, G., (1997). „Communicating durability”, Domus, nr. 795, iulie-august.CHAMOUX, M-N., (1993). „Des schemes culturels dans l’observation et la construction d’objects.”, Techniques et culture, nr. 21, pp. 133-155.DJUVARA, N., (2011). Există istorie adevarată?, Bucureşti, Editura Humanitas, ediţia a V-a.DUBUISSON, S., (1996). „Le travail du designer comme construction d’un mode d’existance particulier pour les objets industriels.”, Techniques et culture, nr. 27, pp. 67-87.GROYS, B., (2003). Despre nou. Eseu de economie culturală. Bucureşti, Editura Idea Design & Print.HALBWACHS, M., (2007). Memoria colectivă, Editura Institutul European, Iaşi.MACRI, V., (2008). Stufat sau estouffade? sau Există Bucătărie Românească ?, Bucureşti, Editura Humanitas.PAPANEK, V., (1995). The Green Imperative. London: Editura Thames and HudsonPERJOVSCHI, D., secţiunea de interviuri – http://www.perjovschi.ro/interviews.html-0WARNIER, J.P., (1999). Construire la culture matérielle. L’homme qui pensait avec ses doigts. Paris, PUF. |

|  |
| --- |
| **9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului** |
| Mijloacele și metodele de predare, atât la curs cât și la seminar, sunt orientate către asigurarea unei corespondențe între conținutul cursului, așteptările comunității epistemice și cerințele angajatorilor. |

|  |
| --- |
| **10. Evaluare** |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | 3 teste / Examen final | Teste scrise în timpul semestrului, la finalul fiecărului modul (trei la numar) La două dintre ele prezenţa este obligatorie. | 80% |
| 10.5 Seminar/laborator | Participare la dezbaterile de la seminar | Prezenţă activă la seminar | 20% |
| 10.6 Standard minim de performanţă |
| Fiecare student și studentă va fi notat(ă) pentru lectura textelor recomandate și activitatea de la seminar și va trebui să fie prezent(ă) la cel puţin două dintre cele trei teste de evaluare (1 oră) din timpul semestrului. *Evaluare finală*. Examenul constă într-o lucrare scrisă (2 ore) în care se urmăreşte capacitatea de abordare sociologică a unei teme legate de rolul designului în societatea de consum, se verifică utilizarea cunoştinţelor din prelegeri şi din bibliografia recomandată. Dacă la examen nu se obţine o notă de trecere, acesta se repetă. |

Data completarii Semnatura titular curs Semnatura titularului de seminar

27.02.2019

**ANEXĂ LA FIŞA DISCIPLINEI**

**b. Evaluare – mărire de notă**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |  |
| 10.4 Curs | Examen | Lucrare scrisă (test de evaluare cunoştinţe) | 80% |  |
|  |
|  |
| 10.5 Seminar/laborator |  Fișe de lectură, Participare la dezbaterile de la seminar | Prezenţă activă la seminar | 20% |  |
|  |
|  |
| 10.6 Standard minim de performanţă |  |
| Participarea la 50% din activităţile didactice şi însuşirea conceptelor de bază. |  |
| Data completării | Semnătura titularului de curs | Semnătura titularului de seminar |  |
| 27.02.2019 | ......................... | ......................... |  |

**c. Evaluare – restanţă**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |  |
| 10.4 Curs | Examen | Lucrare scrisă (test de evaluare cunoştinţe) | 80% |  |
|  |
|  |
| 10.5 Seminar/laborator | Fișe de lectură, Participare la dezbaterile de la seminar | Prezenţă activă la seminar | 20% |  |
|  |
|  |
| 10.6 Standard minim de performanţă |  |
| Participarea la 50% din activităţile didactice şi însuşirea conceptelor de bază. |  |
| Data completării | Semnătura titularului de curs | Semnătura titularului de seminar |  |
| 27.02.2019 | ......................... | ......................... |  |