

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
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 activităților de curs	Lector univ. dr. Alexa-Morcov Florin				
2.3	Titularul activităților 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	Obligativu

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp						ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						85
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						42
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						40
Tutoriat						8
Examinări						3
Alte activități						8
3.7	Total ore studiu individual					186
3.9	Total ore pe semestru					200
3.10	Numărul de credite					6

4.1	de curriculum	-
4.2	de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prelegerile se desfășoară în săli cu echipament multimedia (sau on-line, in functie de evolutia pandemiei de Covid-19)
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Prelegerile se desfășoară în săli cu echipament multimedia. În fiecare an este organizată o vizită la o companie ce activează în domeniul designului industrial (daca situatia sanitara o va permite).

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Inițierea studenților în problematica designului (cu accent pe designul de produs) Dezvoltarea de abilități necesare în procesul de înțelegere a unor texte de specialitate Înșușirea de cunoștințe teoretice utile în înțelegerea unor studii de caz Formarea și dezvoltarea competențelor de cercetare specifice domeniului de studiu
Competențe transversale	Îmbunătățirea competențelor de analiză și de comunicare, prin intermediul unor teste scrise și prin prezentări orale ale unor studii de caz Dezvoltarea abilităților de gândire critică Dezvoltare profesională prin studii individuale și discuții în sala de curs

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea de către studenți a principalelor teorii, teme și direcții de cercetare din cadrul designului și rolul acestuia în apariția și dezvoltarea societății de consum. Formarea unei minime culturi în domeniul artelor vizuale.
7.2 Obiectivele specifice	Inițierea unui proces de “sensibilizare” a studenților în a înțelege modul în care “sistemul obiectelor” ne influențează relațiile sociale, relația noastră cu mediul natural, etc. Înșușirea de către studenți a unor metode și tehnici de descifrare a “limbajului” produselor de consum pe cele trei paliere principale - informativ / senzorial / cultural

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Tematică 1. Scurtă istorie socială a conceptului de “design” (1 oră) 2. Design thinking – procesul de creație specific designului (1 oră) 2. Limbajul artefactelor – dimensiunea senzorial-perceptivă a obiectelor (2 ore) 3. Limbajul artefactelor – dimensiunea social-culturală a obiectelor (2 ore) 4. Food design. Ambalajul alimentară ca mediator între consumator și produsul consumat (1 oră) 5. Produsul “tradițional” și “reciclarea” sa culturală. Despre procesul de revalorizare a produselor alimentare tradiționale (1 oră) 6. Graphic Design. Typography (1 oră) 7. Procesul de branding. Despre corporate identity (2 ore) 8. Spațiul de birou analizat din perspectivă socială (1 oră) 9. Spațiul domestic analizat din perspectivă socială (1 oră) 10. Spațiul public (urban) analizat din perspectivă socială (1 oră)	Prelegeri, prezentări power point, analiza senzorială și semantică a unor artefacte reale prezentate în cadrul cursului, proiecții de filme documentare referitoare la tematica abordată, demonstrații grafice.	Suportul de curs este distribuit studenților pe un grup de discuții on-line, special creat pentru acest curs.
BIBLIOGRAFIE ARNHEIM, R., (2011). Arta și percepția vizuală. O psihologie a văzului creator, Iași, 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. Eșeu de economie culturală, București, Idea Design & Print. KAHANE, J., (2015). The Form of Design: Deciphering the Language of Mass-Produced Objects, Amsterdam, BIS		

<p>Publishers. PAPANEK, V., [1971] (1997). Design pentru lumea reală. Ecologie umană și schimbare social, București, 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.</p>		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<p>Tematică</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Scurtă istorie socială a conceptului de “design” (1 oră) 2. <i>Design thinking</i> – procesul de creație specific designului (1 oră) 2. Limbajul artefactelor – dimensiunea senzorial-perceptivă a obiectelor (2 ore) 3. Limbajul artefactelor – dimensiunea social-culturală a obiectelor (2 ore) 4. <i>Food design</i>. Ambalajul alimentar ca mediator între consumator și produsul consumat (1 oră) 5. Produsul “tradițional” și “reciclarea” sa culturală. Despre procesul de revalorizare a produselor alimentare tradiționale (1 oră) 6. <i>Graphic Design. Typography</i> (1 oră) 7. Procesul de <i>branding</i>. Despre <i>corporate identity</i> (2 ore) 8. Spațiul de birou analizat din perspectivă socială (1 oră) 9. Spațiul domestic analizat din perspectivă socială (1 oră) 10. Spațiul public (urban) analizat din perspectivă socială (1 oră) 		
<p>BIBLIOGRAFIE</p> <p>ADAMSON, A., [2006] (2009). Brand simple: cum reușesc cele mai bune branduri prin simplitate, București, Editura Publica. BANKSY, [1995] (2009). Wall and Piece (Arta la zid). București, Editura Vellant. BERARD, L. și 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, București, Brandient Consult SRL. BOUDON, R. (), (2006). Tratat de sociologie, București, Editura Humanitas, editia a doua – capitoul despre Schimbare Socială (Bernard Valade). BROMBERGER, Ch. și CHEVALLIER, D., (), (1999). Carrieres d’objets. Innovations et relances, Paris, Editions de la Maison des sciences de l’homme, pp. 135-151. CHAMOIX, M-N., (1993). „Des schemes culturels dans l’observation et la construction d’objects.”, Techniques et culture, nr. 21, pp. 133-155. DUBUISSON, S., (1996). „Le travail du designer comme construction d’un mode d’existence particulier pour les objets industriels.”, Techniques et culture, nr. 27, pp. 67-87. HALBWACHS, M., (2007). Memoria colectivă, Editura Institutul European, Iași. MACRI, V., (2008). Stufat sau estouffade? sau Există Bucătărie Românească ?, București, Editura Humanitas. PAPANEK, V., (1995). The Green Imperative. London: Editura Thames and Hudson PERJOVSCHI, D., secțiunea de interviuri – http://www.perjovschi.ro/interviews.html-0</p>		

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

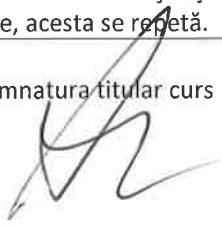
Mijloacele și metodele de predare, atât la curs cât și la seminar, sunt orientate către asigurarea unei corespondențe între conținutul cursului, așteptările comunității epistemice și cerințele pieței muncii.

10. Evaluare

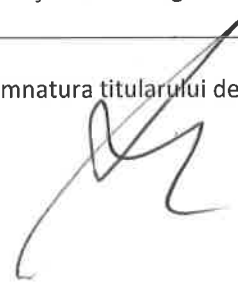
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	2 eseuri pe parcursul semestrului / Examen final	Redactarea unor eseuri scrise în timpul semestrului, la finalul fiecărui modul (două la număr). Media celor două eseuri reprezintă nota finală. În cazul în care studentul nu a predat cele două eseuri, va susține un examen final.	80%
10.5 Seminar/laborator	Participare la dezbaterile de la seminar	Prezență activă la seminar	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Fiecare student și studentă va fi notat(ă) pentru lectura textelor recomandate și activitatea de la seminar și va trebui să întocmească cele două eseuri din timpul semestrului. <i>Evaluare finală.</i> Examenul constă într-o discuție liberă (online, dacă e cazul) în care se urmărește capacitatea de abordare sociologică a unei teme legate de rolul designului în societatea de consum, se verifică utilizarea cunoștințelor din prelegeri și din bibliografia recomandată. Dacă la examen nu se obține o notă de trecere, acesta se repetă.			

Data completării
28.09.2020

Semnatura titular curs

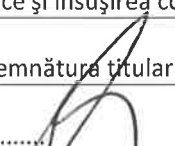
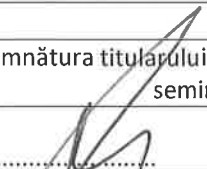


Semnatura titularului de seminar



ANEXĂ LA FIȘA 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 (on-line – dacă situația sanitară nu permite un examen față în față)	Discuție liberă	80%
10.5 Seminar/laborator	Fișe de lectură, Participare la dezbaterile de la seminar	Prezență activă la seminar	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea la 50% din activitățile didactice și însușirea conceptelor de bază.			
Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar	
28.09.2020			

c. Evaluare – restanță

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen (on-line – dacă situația sanitară nu permite un examen față în față)	Discuție liberă	80%
10.5 Seminar/laborator	Fișe de lectură, Participare la dezbaterile de la seminar	Prezență activă la seminar	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea la 50% din activitățile didactice și însușirea conceptelor de bază.			
Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar	
28.09.2020	