

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	SONDAJE DE Sociologia consumului și Marketing

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Sociologia consumului și a cumpărării									
2.2	Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Magdalena Crăciun									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Magdalena Crăciun									
2.4	Anul de studiu	2	2.5	Semestrul	1	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						
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						40
Tutoriat						
Examinări						2
Alte activități						
3.7	Total ore studiu individual					122
3.9	Total ore pe semestru					150
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	Numarul de prezente obligatorii este 7
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Numarul de prezente obligatorii este 7

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Înțelegerea sociologică critică a fenomenelor de consum și cumpărare Dezvoltarea abilității de a înțelege a textelor academice Formarea abilității de a folosi instrumente teoretice pentru studii de caz Formarea și dezvoltarea competențelor de cercetare
--------------------------------	---

Competențe transversale	Îmbunătățirea competențelor de analiză și de comunicare Dezvoltarea abilităților de gândire critică Dezvoltare profesional prin studii individuale și discuții în clasă
--------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a principalelor teorii, teme și direcții de cercetare a consumului și a traiului într-o societate de consum din perspectivă sociologică critică.
7.2 Obiectivele specifice	Capacitatea de a înțelege consumul ca relație între oameni, mai degrabă decât ca o simplă relație în un obiect și o persoană Înțelegerea diferențelor dintre abordările sociologice critice ale consumului și cumpărării și marketing. Familiarizarea cu practicile alternative și propunerile curente de limitare a consumului și responsabilizare a consumatorului.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>Tematica</p> <p>1. Introducere în sociologia consumului și cumpărării (1 oră) 2. Consum și consumerism (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: Z. Bauman 3.+ 4. Consumatorul (2 ore) Teoretizări ale consumului și cumpărării: J. Baudrillard + C. Campbell 5. Cumpărare (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: D. Miller 6. Cumpărare online (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: A. Warde 7. Consum ostentativ (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: T. Veblen 8. Consum de îmbrăcăminte (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: G. Simmel 9. Consum de mâncare Teoretizări ale consumului și cumpărării: P. Bourdieu 10. Consum în pandemie (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: G. Lipovetsky 11. Deprivare materială și consum (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: Mary Douglas & B Isherwood 12. Consum etic, consum verde (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: L. Cohen 13. Consum și risipă (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: Duane Elgin 14. Anti-consumerism (1 oră) Teoretizări ale consumului și cumpărării: Juliet Schor</p>	<p>Prelegeri (cursul include două tipuri de prelegeri; 1) tema cursului și 2) autori/concepte semnificative, fiecare pregătire prin lecturi înaintea și în timpul seminarului)</p>	<p>Suportul de curs, materialele și temele sunt distribuite studenților în prima săptămână a semestrului prin platforma Microsoft Teams. Intalnirile online au loc tot prin intermediul Microsoft Teams.</p>

BIBLIOGRAFIE

- Corrigan, Peter. 1997. The sociology of consumption: An introduction. London: Sage.
- Miller, Daniel (2001) „The Poverty of Morality”, Journal of Consumer Culture 1(2): 225–244.
- Carrier, James și Josiah Heyman (1997) “Consumption and Political Economy”, The Journal of the Royal Anthropological Institute 3 (2): 355-373.
- Zukin, S. și J. Maguire (2004) “Consumers and Consumption”, în Annual Review of Sociology 30: 173-197.
- Miller, Daniel (1995) Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. London: Routledge.
- Pasi Falk și Colin Campbell (1997) The Shopping Experience. London: Sage.
- Benjamin, Walter. 2002. The Arcades Project. Cambridge, MA: Belknap Press.
- McCracken, Grant. 1988. Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington: Indiana University Press.
- Slater, Don. 1997. Consumer Culture and Modernity. Cambridge, UK: Polity.
- Sassatelli, Roberta. 2007. Consumer Culture: History, Theory and Politics. London: Sage.
- Zukin, S. și J. Maguire (2004) “Consumers and Consumption”, în Annual Review of Sociology 30: 173-197.
- Miller, Daniel (1995) “ Consumption as the vanguard of history: A Polemic by Way of an Introduction”, în Daniel Miller (ed.) Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. London: Routledge. Pp. 1 – 52.

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<p>Tematica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducere în sociologia consumului și cumpărării (1 oră) 2. Consum și consumerism (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: Z. Bauman</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.+ 4. Consumatorul (2 ore) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: J. Baudrillard + C. Campbell</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Cumpărare (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: D. Miller</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Cumpărare online (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: A. Warde</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Consum ostentativ (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: T. Veblen</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Consum de îmbrăcăminte (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: G. Simmel</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Consum de mâncare <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: P. Bourdieu</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Consum în pandemie (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: G. Lipovetsky</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. Deprivare materială și consum (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: Mary Douglas & B Isherwood</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Consum etic, consum verde (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: L. Cohen</p> <ol style="list-style-type: none"> 13. Consum și risipă (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: Duane Elgin</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Anti-consumerism (1 oră) <p>Teoretizări ale consumului și cumpărării: Juliet Schor</p>	<p><u>Discuții pregătitoare pentru prelegeri</u> (lecturi în timpul seminarului a unor pagini din autorii abordati si a unor articole scurte si reprezentative pentru tema cursului, ascultare selectiva a unor podcast-uri).</p> <p><u>Discuție eseu final</u> (în cadrul fiecărui seminar, 2-3 studenți vor prezenta planul pentru eseu final, feedback-ul ajutând la redactarea eseului final).</p>	<p>Suportul de curs, materialele și temele sunt distribuite studenților în prima săptămână a semestrului pe Microsoft Teams. Intalnirile au loc pe Google Meets.</p>
<p>BIBLIOGRAFIE</p> <p>Venkatesh, Sudhir (2015) “The myth of advertising: the art of legitimacy”, Public culture 27 (3): 409-18.</p> <p>Appelbaum, Kalman (2004) The marketing era: from professional practice to global provisioning. New York, London: Routledge. Pp. 211 – 232.</p> <p>Luvaas, Brent (2013) “Indonesian Fashion Blogs: On the Promotional Subject of Personal Style”, Fashion Theory, 17(1): 55-76.</p> <p>Ritzer, George și Nathan Jurgenson (2010) “Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital ‘Prosumer’”, Journal of Consumer Culture 10 (1): 13–36.</p> <p>Campbell, Colin (1994) “Conspicuous Confusion? A Critique of Veblen’s Theory of Conspicuous Consumption”, Sociological Theory 13 (1): 34–47.</p> <p>Bourdieu, Pierre (2000) “The Aesthetic Sense as the Sense of Distinction”, în Juliet B. Schor și Douglas B. Holt (eds). The Consumer Society Reader. New York: The New Press. Pp. (PDF): 328 – 338.</p> <p>Baudrillard, Jean (2005 [1970]) Societatea de Consum: Mituri și Structuri. Bucuresti: Comunicare.</p>		

Campbell, Colin (1987) *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Blackwell.

Lipovestky, Gilles (2007) *Fericierea paradoxală: Eseu asupra societății de hiperconsum*. Iasi: Polirom.

Miller, Daniel (2010) "Theories of Things", în *Stuff*. Cambridge: Polity Press. Pp. 42 – 78.

Miller, Daniel (1998) *A Theory of Shopping*. Ithaca: Cornell University Press.

Douglas, Mary (1997) "In Defence of Shopping", în Pasi Falk și Colin Campbell (1997) *The Shopping Experience*. London: Sage. Pp. 1 -14.

Simmel, Georg (1997) "Sociology of the Meal", în Frisby, David și Featherstone, Mike (eds). *Simmel on Culture*. London: Sage. Pp. 130 – 135.

Caldwell, Melissa (2004) "Domesticating the French Fry: McDonald's and consumerism in Moscow", *Journal of consumer culture* 4 (1): 5-26.

Simmel, Georg (1997) "The Philosophy of Fashion", în Frisby, David și Featherstone, Mike (eds) *Simmel on Culture*. London: Sage. Pp. 187- 206.

Clarke, Alison și Miller, Daniel (2002) "Fashion and anxiety", *Fashion Theory* 6 (2): 191-214.

Vinea, Ana (2005) "Casele de amanet din Rovinari: Practici Informale, Auto-consum și Circulația Obiectelor", în Oana Mateescu și Liviu Chelcea, *Economia informală după 1989 în România*. București: Paideea. Pp. 37-82.

Lehtonen, Turo-Kimmo (1999) "Any room for aesthetics? Shopping Practices of Heavily Indebted Consumers", Jou Isenhour, Cindy (2010) "On Conflicted Swedish Consumers: the effort to stop shopping and neoliberal environmental governance", *Journal of Consumer Behaviour* 9: 454-469.

Berdahl, Daphne (2005) "The Spirit of Capitalism and the Boundaries of Citizenship in Post-Wall Germany", *Comparative Studies in Society and History* 47 (02): 235–251.

Hilton, Matthew și Martin Daunton (2001) 'Material Politics: an introduction, in *The Politics of Consumption*. Oxford: Berg. Pp. 1 – 32.

Simon, B (2011) "Not Going to Starbucks: Boycotts and the out-scouring of politics in the branded world", *Journal of Consumer Culture* 11(2): 145-167.

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 legate de formarea unei gândirii sociologice critice 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	Cunoașterea și utilizarea adecvată a unor noțiuni specifice disciplinei Capacitatea de a gândi critic Capacitatea de a redacta un eseu	Eseu (predat prin email)	30%
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a face conexiuni între idei/concepte diferite discutate pe parcursul cursului și prezentate în bibliografia obligatorie a cursului Capacitatea de a intelege și rezuma argumente academice Utilizarea creativa a bibliografiei	Prezentare la seminar a planului pentru eseu Participare la discuțiile de seminar	30% 30% + 10% din oficiu
10.6 Standard minim de performanță			

Data completării

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	Cunoașterea și utilizarea adecvată a unor noțiuni specifice disciplinei Dezvoltarea abilităților de redactare a unui eseu Dezvoltarea capacității de a discuta academic	Eseu (predat prin email)	70%
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a face conexiuni între idei/concepte diferite discutate pe parcursul cursului și prezentate în bibliografia obligatorie a cursului Capacitatea de a intelege și rezuma argumente academice Utilizarea creativa a bibliografiei	Fișă de lectură (predată prin email)	30%
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	
.....	

c. Evaluare – restanță

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea și utilizarea adecvată a unor noțiuni specifice disciplinei Capacitatea de a redacta un eseu	Eseu (predat prin email) Prezentare la seminar a planului pentru eseu Participare la discuțiile de seminar	30% +30+30 +10 din oficiu
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a face conexiuni între idei/concepte diferite discutate pe parcursul cursului și prezentate în bibliografia obligatorie a cursului Capacitatea de a intelege și rezuma argumente academice Utilizarea creativa a bibliografiei		
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	
.....	