**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 SI MARKETING** |
|  |  |  |

**2.Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 | Denumirea disciplinei | | | | Firma de cercetare de piata | | | |
| 2.2 | Titularul activităţilor de curs | | | | Alexandru Zodieru | | | |
| 2.3 | Titularul activităţilor de seminar | | | | Alexandru Zodieru | | | |
| 2.4 | Anul de studiu | **I** | 2.5 Semestrul | **I** | 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 pe  săptămână | **2** | din care: 3.2 curs | | 1 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de  învăţământ | 28 | din care: 3.5 curs | | 14 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| Distribuţia fondului de timp |  | | | | |  |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | 10 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | 20 |
| Tutoriat | | | | | | 7 |
| Examinări | | | | | | 10 |
| Alte activităţi: cercetare | | | | | | 30 |
| 3.7 Total ore studiu individual | | | | | | 97 |
| 3.9 Total ore pe semestru | | | | | | 125 |
| 3.10 Numărul de credite |  | | | | | 5 |
|  | | | | | | |
| 4.1 de curriculum | - | | | | | |
| 4.2 de competenţe | - | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **5. Condiţii** (acolo unde este cazul) | |
| 5.1. de desfăşurare a cursului |  |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **6. Competenţele specifice acumulate** | |
| **Competente profesionale** | - Intelegerea si utilizarea metodelor de cercetare sociologica in aplicatii practice  - Simularea unei activitati de companie de cercetare prin parcurgerea tuturor etapelor in realizarea unui proiect de cercetare (de la oferta la prezentare)  -Abordare bidimendionala: client VS firma de cercetare de piata |
| **Competente transversale** | * Dobandirea unui limbaj academic dar in acelasi timp o abordare pragmatica pe masura solicitarilor din departamentelor de marketing. * Extragerea esentialului din datele analizate. * Evaluarea si dezvoltarea gradului de comunicare orala a datelor pe suport powerpoint. |

|  |  |
| --- | --- |
| 7. **Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate) | |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Abordarea practica a metodelor de cercetare sociologica studiate |
| 7.2 Obiectivele specifice | Utiliarea adecvata a metodelor de cercetare in functie de cerinte/context, reguli de deontologie sociologica in abordarea firma de cercetare– client. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8. Conţinuturi** | | |
| 8. 1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| **Tematica**  1. Introducere in firma de cercetare de piata (1 ora)  2. Brief-ul ed cercetare (1 ora)  3. Bugetul de cercetare/calulul bugetului in cadrul unei companii de cercetare (2 ore)  4. Oferta de cercetare (1 ora)  5. Alegerea metodei de cercetare si dezvoltarea instrumentului (2 ore)  6. Stabilirea esantionului (1 oră)  7. Aplicarea „in teren” (1 oră)  8. Realizarea unui comunicat de presa (1 oră)  9. Prezentarea datelor (2 ore) | Prelegeri |  |
| **Bibliografie**  Chelcea, Septimiu. Metodologia cercetarii sociologice*. Metode cantitative si calitative.* Editura Economica, Bucuresti, 2007.  Datculescu, Petre. Cercetarea de marketing. *Cum patrunzi in mintea consumatorului, cum masori si cum analizezi informatia.* Editura Brandbuilders Grup, Bucuresti, 2006. | | |
| 8. 2 Seminar/laborator | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Introducere in firma de cercetare de piata (1 ora)  2. Brief-ul ed cercetare (1 ora)  3. Bugetul de cercetare/calulul bugetului in cadrul unei companii de cercetare (2 ore)  4. Oferta de cercetare (1 ora)  5. Alegerea metodei de cercetare si dezvoltarea instrumentului (2 ore)  6. Stabilirea esantionului (1 oră)  7. Aplicarea „in teren” (1 oră)  8. Realizarea unui comunicat de presa (1 oră)  9. Prezentarea datelor (2 ore) | Exemplificare cu proiecte realizate de compania de cercetare de piata Cult Market Research din diferite domenii (social, politic, marketing).  Lucru individual:  brief, oferta, chestionar, chestionar online, raport, baza de date |  |
|  | | |

|  |
| --- |
| **9. Coroborarea/validarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului** |
| Identificare si pregatirea studentilor pentru solicitarile din piata de marketing: atat din partea departamentelor de marketing ale companiilor cat si din partea firmelor de cercetare de piata. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **10. Evaluare** | | | |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | Examen | Prezentarea orala a proiectului de cercetare | 20% |
| 10.5 Seminar/laborator | Evaluare la doua saptamani | Media aritmetica a 6 note (1-10): brief, oferta, chestionar, chestionar online, raport, baza de date (excel, spss). | 80% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * Fiecare student alege o tema pe care doreste sa o dezvolte si pe marginea ei parcurge toate etapele mentionate: brief, oferta, metod, chestionar format fizic (formulare), chestionar in platforma online, baza de date, raport final. Ex: saptamana 1 discutie despre brief/prezentare, exemple din firma, sapt 2 se transmit electronic de catre studenti si se discuta greselile, saptamana 3 se trimite varianta finala (simultan cu alte prezentari). | | | |

Data completarii Semnatura titular curs Semnatura titularului de seminar

01.03.2019

**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 | Prezentarea orala a proiectului de cercetare  Prezentarea orala a proiectului de cercetare | | 20% |  |
|  |
|  |
| 10.5 Seminar/laborator |  | Media aritmetica a 6 note (1-10): brief, oferta, chestionar, chestionar online, raport, baza de date (excel, spss). | | 80% |  |
|  |
|  |
| 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 | |  |
| 01.03.2019 | ......................... | | ......................... | |  |

**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 | Prezentarea orala a proiectului de cercetare  Prezentarea orala a proiectului de cercetare | | 20% | examen |
|  |
|  |
| 10.5 Seminar/laborator |  | Media aritmetica a 6 note (1-10): brief, oferta, chestionar, chestionar online, raport, baza de date (excel, spss). | | 80% |  |
|  |
|  |
| 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 | |  |
| 01.03.2019 | ......................... | | ......................... | |  |