

FIȘA DISCIPLINEIAprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. **656 / 08. 09. 2021.****pentru anul universitar 2021/22**

(în baza OM nr. 5703/2011)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Sociologie
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Resurse umane
1.6. Calificarea	Resurse umane

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Sociologia opiniei publice			
2.2. Tip activitate				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Kósa István			
2.4. Titularul(ii) activităților de			Seminar	Conf. univ. dr. Nistor Laura			
			laborator	-			
			Proiect	-			
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	5	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DI
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	-	2.11. Codul disciplinei	CBPS0701		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar / laborator/ proiect/ practică	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/ laborator/ proiect/ practică	28
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ					5
3.8. Total ore pe semestru					125
3.9. Total ore studiu individual					69
3.10. Distribuția fondului de timp:					Ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
d) Tutoriat					2
e) Examinări					4

f) Alte activități:	
---------------------	--

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzut cu vidoproiector, acces internet.
5.2. De desfășurare a seminarului/ laboratorului/proiectului	Sală de seminar cu mobilier modular, videoproiector, acces internet.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Competențe C1. Prin promovarea disciplinei studenții dobândesc competențe în înțelegerea principalelor teorii și metode ale studierii opiniei publice. Studenții devin capabili de a concepe procesul de realizare a studiilor de sondare a opiniei publice sub toate etapele acestora: proiectare, realizarea instrumentelor de cercetare, selectarea metodei și samplingul, efectuarea terenului, validarea cercetării, analiza datelor și prezentarea acestora factorilor decizionali sau altor instituții (de media, politice etc.).</p> <p>Competențe C3. Devin capabili să diferențieze diferite tipuri și metode de sondare a opiniei publice; vor înțelege specificul cercetărilor tip trend. Devin capabili să înțeleagă procesul de sampling și concepte ca validitate, eroare, marjă de eroare etc.</p> <p>Competențe C3. Vor fi capabili să înțeleagă rolul sondajelor de opinie în analiza electorală. Vor înțelege rolul cercetărilor tip exit poll.</p> <p>Competențe C4. Devin capabili să analizeze date și texte legate de opinia publică, dinamica acesteia și vor donândi atitudine critică în interpretarea acestor date.</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea strategiilor de muncă riguroasă, eficientă, de punctualitate și de răspundere personală față de rezultat.</p> <p>CT2. Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă.</p> <p>CT3. Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată, în limba română, maghiară și engleză.</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Cunoașterea teoriilor și metodelor legate de studiul opiniei publice.</p> <p>Înțelegerea importanței studiilor de sondare a opiniei publice (cercetare, mass media, politică, marketing etc.).</p> <p>Conceptualizarea naturii dinamice a opiniei publice.</p> <p>Capacitatea de a analiza rezultatele sondajelor de opinie/electorale.</p> <p>Dezvoltarea unui spirit critic în analiza și interpretarea datelor.</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea metodelor de realizare a sondajelor de opinie.</p> <p>Înțelegerea conceptelor de eșantion, validitate, eroare, marjă de eroare, reprezentativitate etc.</p> <p>Înțelegerea importanței modului de redactare a instrumentelor de cercetare și a metodei adecvate studierii diferitelor aspecte ale opiniei publice.</p>

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat Observații
-----------	-------------------	-----------------------------------

1. Conceptul de opinie publică. Definiții ale opiniei publice.	Prelegere, explicații, discuții interactive.	2 ore
2. Opinia publică și sondarea acesteia. Istoric.	Opinia publică și sondarea acesteia. Istoric.	2 ore
3. Opinie publică, sondaj de opinie, mass media, politica și marketingul.	Prelegere, explicații, discuții interactive.	2 ore
4. Spirala tăcerii și dinamica opiniei publice.	Prelegere, explicații, discuții interactive.	2 ore
5. Cum putem studia opinia publică? Tipurile sondajelor de opinie.	Prelegere, explicații, studii de caz, discuții interactive.	2 ore
6. Metodele cantitative și analizele de trend.	Prelegere, explicații, studii de caz, discuții interactive.	2 ore
7. Metodele calitative de sondare a opiniei publice Metode calitative: de sine stătătoare sau complementare? Cum și când utilizăm metode calitative?	Prelegere, explicații, studii de caz, discuții interactive.	2 ore
8. Pe cine întrebăm? Pe cine reprezintă interviuații/chestionații și cum trebuie selectați? Eșantionarea și reprezentativitatea.	Prelegere, explicații, discuții interactive.	2 ore
9. Modalitatea de a pune întrebările Cum influențează modul de formulare a întrebărilor rezultatele cercetării? Rolul chestionarului/ghidului de interviu și responsabilitatea operatorilor. Tipuri de instrumente de cercetare, întrebări și itemi	Prelegere, explicații, studii de caz, discuții interactive.	2 ore
10. Opinii și/sau atitudini? Diferențe și similitudini Cei chestionați spun oare adevărul? Fiecare răspuns este important? Nu știu și nonrăspunsuri.	Prelegere, explicații, studii de caz, discuții interactive.	2 ore
11. Interpretarea datelor de sondaj Cum, cine și în ce scop interpretează datele? Putem compara diferite sondaje?	Prelegere, explicații, discuții interactive, munca în echipă.	2 ore
12. Opinie publică și alegeri Rolul sondajelor electorale și capacitatea acestora de a influența opinia publică. Exit-pollul	Prelegere, explicații, studii de caz, discuții interactive.	2 ore
13. Manipularea opiniei publice. Rolul mass mediei în interpretarea datelor de sondaj.	Studii de caz, discuții.	2 ore
14. Curs recapitulativ	Discuții interactive	2 ore

Bibliografie

Obligatorie:

Angelusz, R., Tardos, P., Terestyéni, P. (2007). *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Szöveggyűjtemény. Budapest: Gondolat.

Babbie, E. (2003). *Atársadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest: Ballasi Kiadó.

Hermann, Z. (2005). *Szociológia és politológia. A deliberatív közvélemény-kutatás nemzetközi gyakorlata*. Magyar Agora (http://www.magyaragora.org/dinamikus/kozponti_dokumentumtar/Herman_Zita.pdf)

Nistor, L. (2015). *Közvélemény. Kiegészítő olvasmányok*. E-reader.

Péter, L. (2002). *A közvélemény szociológiája*. Csíkszereda: Alutus.

Rotariu, Traian, Iluț, Petru (2006). *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. Iași: Polirom.

Opțională:

Crespi, I. (2013). *The Public Opinion Process. How the People Speak*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Fischer, Gy. (2001). *Hihetünk-e a közvélemény-kutatásoknak?* Budapest: Bagolyvár.

Rudas, T. (2006). *Közvélemény-kutatás. Értelmezés és kritika*. Budapest: Corvina.

Rughiniş, C. (2007). *Explicația sociologică*. Iași: Polirom.
 Silverman, D. (2004). *Interpretarea datelor calitative*. Iași: Polirom.
 Vicsek Lilla (2006). *Fókuszcsoport*. Budapest: Osiris.
 Wilson, F. G. (2013). *A Theory of Public Opinion*. Piscataway: Transaction Publishers.

Web:

<http://kozvelemenykutatok.hu/>
<http://www.median.hu/>
<http://www.tarki.hu/en/>
<http://www.gallup.com/home.aspx>
http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm
<http://www.issp.org/>
<http://www.europeansocialsurvey.org/>
<http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>
<http://www.ires.com.ro/>
<http://www.fundatia.ro/barometrul-de-opinie-public%C4%83>
<http://www.ipsos.com/>

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1.Seminar introductiv. Prezentarea modului de desfășurare a seminariilor, criteriilor de evaluare și a bibliografiei. Discuție introductivă: care sunt institutele de sondare pe care le cunoaștem?	Explicație, discuție.	2 ore
2.Institute și programe de sondare a opiniei publice: NORC, Louis Harris, Gallup, Ipsos Mori, Eurobarometer. Ce anume cercetează, care sunt temele de bază ale acestor institute?	Studii de caz, discuții interactive.	2 ore
3.Sondaje de opinie din România: BOP, ICCV, IRES, IMAS, etc.	Studii de caz, discuții interactive.	2 ore
4. Vizită de lucru la INSSE Harghita	Teren, discuții interactive	2 ore
5. Discutarea vizitei de lucru	Discuții interactive	2 ore
6.Metode cantitative de sondare. Studii de trend și panel. Exemple pentru chestionare și sondaje. Prezentările studenților.	Studii de caz, discuții interactive. Munca individuală.	
7. Chestionarul online. Studii de caz.	Studii de caz, discuții interactive	2 ore
8. Realizarea unui chestionar online 1.	Munca în grup	2 ore
9. Realizarea unui chestionar online 2	Munca în grup	2 ore
10. Eșantinarea. Selectarea unui eșantion pentru chestionarul online	Munca în grup	2 ore
11. Aplicarea chestionarului online.	Munca în grup	2 ore
12. Rezultatele obținute de pe urma chestionarului online. Interpretare	Munca în grup	2 ore
13. Prezentarea rezultatelor cercetării	Munca în grup, discuții interactive	2 ore
14. Evaluare, seminar recapitulativ	Discuții interactive	2 ore

Bibliografie

Obligatorie:

Angelusz, R., Tardos, P., Terestyéni, P. (2007). *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Szöveggyűjtemény. Budapest: Gondolat.
 Babbie, E. (2003). *Átársadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest: Ballasi Kiadó.
 Nistor, L. (2015). *Közvélemény. Kiegészítő olvasmányok*. E-reader.
 Péter, L. (2002). *A közvélemény szociológiája*. Csíkszereda: Alutus.

Opțională:

Fischer, Gy. (2001). *Hihetünk-e a közvélemény-kutatásoknak?* Budapest: Bagolyvár.
Rudas, T. (2006). *Közvélemény-kutatás. Értelmezés és kritika*. Budapest: Corvina.
Rotariu, Traian, Iluț, Petru (2006). *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*. Iași: Polirom.

Web:

<http://kozvelemenynykutatok.hu/>
<http://www.median.hu/>
<http://www.tarki.hu/en/>
<http://www.gallup.com/home.aspx>
http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm
<http://www.issp.org/>
<http://www.europeansocialsurvey.org/>
<http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>
<http://www.ires.com.ro/>
<http://www.fundatia.ro/barometrul-de-opinie-public%C4%83>
<http://www.ipsos.com/>

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

Disciplina familiarizează studenții cu cele mai actuale abordări ale opiniei publice. Ilustrarea conceptelor și abordărilor se va face cu date empirice provenite din cele mai importante cercetări ale unor programe de sondare a opiniei publice, efectuate de institute de renume (Gallup, Eurobarometer, ISSP, ESS, WVS, Eurofound, IRES, GfK).

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezenta la curs este condiționată de promovarea seminarului. În acest scop, studenții trebuie să pregătească în grup, un chestionar online pe o temă liber aleasă. Studenții trebuie să aplice chestionarul online pe un eșantion teoretic sau aleatoriu și să interpreteze rezultatele obținute.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Temeinicia însușirii conceptelor, capacitatea de a opera empiric, cu următoarele: eșantion, reprezentativitate, marjă de eroare, validitate. Capacitatea de a evalua calitatea unui instrument de cercetare. Capacitatea de a analiza în mod critic date de sondaj.	Probă scrisă (aplicarea conceptelor de baza asupra datelor provenite din sondaje)	50%
10.5 .	Seminar	Capacitatea de a redacta un chestionar online și o prezentare pe o temă. Capacitatea de a prezenta și analiza elementele cercetării într-un mod corect, coerent și critic.	Prezentare orală	50%
10.6. Standard minim de performanță				

Cunoașterea rolului sondajelor de opinie. Capacitatea de a defini cerințele referitoare la sondaje de opinie. Capacitatea de a redacta instrumente de cercetare corecte. Capacitatea de a analiza într-un mod pertinent sondaje și analize electorale.

*

Data completării

27.09.2021.

Semnătura titularului disciplinei

dr. Kósa István

Semnătura titularului/rilor de aplicații

dr. Nistor Laura

Data avizării în departament

27.09.2021.

Semnătura directorului de departament

Semnătura responsabilului programului de studii