



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|--|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2015/16 |
| Asignatura (*) | Cultura e Actividade Económica | Código | 615518002 | |
| Titulación | | | | |
| Descriptorios | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Mestrado Oficial | 1º cuatrimestre | Primeiro | Obrigatoria | 3 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Análise Económica e Administración de Empresas Economía Aplicada 1 Socioloxía e Ciencia Política da Administración | | | |
| Coordinación | Andrade Suarez, María Jose | Correo electrónico | maria.andrade@udc.es | |
| Profesorado | Andrade Suarez, María Jose Blazquez Lozano, Felix Pena Lopez, Jose Atilano Rodríguez Teijeiro, Ariadna | Correo electrónico | maria.andrade@udc.es felix.blazquez@udc.es atilano.pena@udc.es ariadna.rodriguez@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | O programa da materia inclúe unha visión xeral sobre os fundamentos teóricos da análise dos mercados e o consumo como fenómenos sociais desde unha perspectiva multidisciplinar onde se destaca a análise sociolóxica. | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Código | Competencias / Resultados do título |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|--|---------------------------|--|--|
| Resultados de aprendizaxe | | Competencias / Resultados do título | |
| Interpretar os mercados en clave sociolóxica, con especial atención á súa construción social e ás prácticas que o conforman. | AM1 AM2 AM3 AM10 | BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM10 BM11 | |
| Explicar a relacionalidade social como factor explicativo dos mercados. | AM5 AM6 AM11 | BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM10 BM11 | |

| Contidos | |
|--|----------|
| Temas | Subtemas |
| TEMA 1. O capital social como factor de desenvolvemento dos mercados. | |
| TEMA 2. A construción social dos mercados. O consumo como práctica social. Estilos de vida. | |



| | |
|---|--|
| TEMA 3. O consumo e a construción de identidades. | 3.1. Funcións e lóxicas sociais do consumo: gustos, preferencias e valores 3.2. Consumo e vida cotiá: as necesidades e os desexos 3.3. Teorías sociolóxicas do consumo |
| TEMA 4. Uso de diñeiro e prácticas monetarias. | 4.1. INTRODUCCIÓN Ó COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR 4.2. FACTORES QUE INFLUYEN NO PROCESO DE COMPRA 4.3. FASES DO PROCESO DE COMPRA |

| Planificación | | | | |
|-------------------------------|---|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Discusión dirixida | A2 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | 8 | 3 | 11 |
| Solución de problemas | A1 A11 B2 B3 B5 B6 B7 B10 B11 | 8 | 3 | 11 |
| Estudo de casos | A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B5 B6 B7 B10 B11 | 8 | 3 | 11 |
| Análise de fontes documentais | A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | 8 | 3 | 11 |
| Presentación oral | A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | 5 | 2 | 7 |
| Sesión maxistral | A1 A5 | 24 | 0 | 24 |
| Atención personalizada | | 0 | | 0 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías | |
|-------------------------------|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Discusión dirixida | Técnica de dinámica de grupos na que os membros dun grupo discuten de forma libre, informal e espontánea sobre un tema, aínda que poden estar coordinados por un moderador. |
| Solución de problemas | Técnica mediante a que se ten que resolver unha situación problemática concreta, a partir dos coñecementos que se traballaron, que pode ter máis dunha posible solución. |
| Estudo de casos | Metodoloxía onde o suxeito se enfrenta ante a descrición dunha situación específica que suscita un problema que ten que ser comprendido, valorado e resolto por un grupo de persoas, a través dun proceso de discusión. O alumno sitúase ante un problema concreto (caso), que lle describe unha situación real da vida profesional, e debe ser capaz de analizar unha serie de feitos, referentes a un campo particular do coñecemento ou da acción, para chegar a unha decisión razoada a través dun proceso de discusión en pequenos grupos de traballo. |
| Análise de fontes documentais | Técnica metodolóxica que supón a utilización de documentos audiovisuais e/ou bibliográficos (fragmentos de reportaxes documentais ou películas, noticias de actualidade, paneis gráficos, fotografías, biografías, artigos, textos legislativos, etc.) relevantes para a temática da materia con actividades especificamente deseñadas para a análise dos mesmos. Pódese empregar como introdución xeral a un tema, como instrumento de aplicación do estudo de casos, para a explicación de procesos que non se poden observar directamente, para a presentación de situacións complexas ou como síntese de contidos de carácter teórico ou práctico. |
| Presentación oral | Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica. |



| | |
|------------------|--|
| Sesión maxistral | Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución de algunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe. A clase maxistral é tamén coñecida como ?conferencia?, ?método expositivo? ou ?lección maxistral?. Esta última modalidade sóese reservar a un tipo especial de lección impartida por un profesor en ocasións especiais, cun contido que supón unha elaboración orixinal e baseada no uso case exclusivo da palabra como vía de transmisión da información á audiencia. |
|------------------|--|

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|--|---|
| Sesión maxistral Discusión dirixida Solución de problemas Estudo de casos Análise de fontes documentais Presentación oral | A atención personalizada realizarase coa finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado, de forma individual ou en pequeno grupo, relacionadas co estudo e os temas vinculados coa materia. Sempre que o alumno considéreo necesario e cando o profesor estímo oportuno para mellorar o proceso de ensino/aprendizaxe, esta actividade desenvolverase vía virtual (a través de e-mail), na aula ou nos momentos que o profesor ten asignados ás tutorías de despacho e cuxo horario se comunicará previamente. |

Avaliación

| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|-------------------------------|---|---|---------------|
| Discusión dirixida | A2 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | Debates ou discusións onde se avalían os argumentos que presentan os alumnos sobre un tema | 20 |
| Solución de problemas | A1 A11 B2 B3 B5 B6 B7 B10 B11 | Avaliase a capacidade de resolución (resultado e procedemento) dunha situación problemática concreta, a partir dos coñecementos que se traballaron en clase. | 20 |
| Estudo de casos | A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B5 B6 B7 B10 B11 | Avaliase o modo en que os alumnos comprenden un problema concreto e resólveno a través dun proceso de discusión en pequenos grupos de traballo. | 20 |
| Análise de fontes documentais | A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | Avaliase o proceso analítico-sintético a través do cal os alumnos son capaces de utilizar documentos audiovisuais e/ou bibliográficos relevantes para a temática da materia | 20 |
| Presentación oral | A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | Consiste nunha avaliación centrada na obtención de información sobre a aprendizaxe dos alumnos mediante a comunicación interpersonal (por exemplo: debate, exposición oral dun tema, etc.). | 20 |

Observacións avaliación

| |
|--|
| <p>Na convocatoria de xaneiro se contemplan dous sistemas de avaliación:</p> <p>a) Os alumnos que sigan curso de maneira presencial serán avaliados en base a: 1) asistencia e participación en clase; 2) realización de prácticas e traballos; e c) exposición oral en clase. Neste caso, as lecturas, os traballos, exposición oral e as prácticas constituen o 100% da súa nota. b) Os alumnos matriculados que non asistan a clase deberán realizar a proba obxetiva da parte teórica da asignatura na data das convocatorias oficiais. Neste caso, a nota do examen representará o 100% da súa nota.</p> <p>Na convocatoria de xullo os alumnos serán avaliados a través dunha proba obxetiva da parte teórica da asignatura. Neste caso, a nota do examen representará o 100% da súa nota.</p> <p>A calificación de Non Presentado corresponde ó alumno cundo só participe de actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a calificación final, con independencia da calificación alcanzada.</p> |
|--|

Fontes de información



| | |
|------------------------------------|--|
| Bibliografía básica | <ul style="list-style-type: none"> - Alcaide, Juan Carlos (2015). Los 100 errores de la experiencia del cliente. Madrid, ESIC - Alonso, L.E (2005). La era del consumo. Madrid, Siglo XXI - Alonso Rivas, Javier (2000). Comportamiento del consumidor. Madrid, ESIC - Álvarez Blanco, Roberto (2011). Neuromarketing. Seducir el cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes. Madrid, Prentice Hall - Baudrillard, J. (2009). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Barcelona, Siglo XXI - Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Madrid, Fondo de Cultura Económica. - Bauman, Z. (2005). Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Buenos Aires-México-Madrid, Fondo de Cultura Económica - Berger, Peter (1995). Sociología: La dimensión social de la vida cotidiana. Bologna, Il Mulino - Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1968). La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu - Bocoock, R. (1995). El consumo. Madrid, Talasa - Borràs Català, V. (1998). El consumo, un análisis sociológico. Barcelona, Cedecs Editorial - Bourdieu, P. (1998). La Distinción. Madrid, Taurus - Featherstone, Mike (2000). Cultura de consumo y posmodernismo. Buenos Aires, Amorrortu - García Ruiz, P. (2009). Repensar el consumo. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias - Lipovetsky, G. (2007). La felicidad paradójica. Anagrama, Barcelona - Manzano, Roberto et All (2011). Marketing sensorial. Comunicar con los sentidos en el punto de venta. Madrid, Prentice Hall - Putnam, Robert (2003). El declive del capital social: Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario. Barcelona, Galaxia Gutemberg - Ritzer, G. (2000). El encanto de un mundo desencantado: revolución en los medios de consumo. Barcelona, Ariel - Ruiz de Maya, S. y Grande Esteban, I. (2013). Casos de comportamiento del consumidor. Madrid; ESIC - Sassatelli, R. (2012). Consumo, cultura y sociedad.. Buenos Aires, Amorrortu - Sastre, C. (2010). McMundo. Un viaje por la sociedad de consumo. Madrid, Los libros del lince - Svensen, T. y Hasse, G. (2009). Handbook of social capital : the troika of sociology, political science and economics. Cheltenham, E. Elgar - Veira Veira, José Luis (2013). Desigualdad y capital social en España. A Coruña, Netbiblo |
| Bibliografía complementaria | |

Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías