| Guia docente | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Datos Identificativos | | | | | 2015/16 |
| Asignatura (*) | Sociología del Consumo | | | Código | 760G01045 |
| Titulación | Grao en Relacións Laborais e Recursos Humanos (Ferrol) | | | | |
| Descriptores | | | | | |
| Ciclo | Periodo | Curso | | Tipo | Créditos |
| Grado | 2º cuatrimestre | Tercero-Cuarto | | Optativa | 6 |
| Idioma | Castellano | | | | |
| Modalidad docente | Presencial | | | | |
| Prerrequisitos | | | | | |
| Departamento | Socioloxía e Ciencia Política da Administración | | | | |
| Coordinador/a | Gomis Rodriguez, Alfonso | | Correo electrónico | alfonso.gomis@udc.es | |
| Profesorado | Gomis Rodriguez, Alfonso | | Correo electrónico | alfonso.gomis@udc.es | |
| Web | | | | | |
| Descripción general | Estudio de los orígenes y desarrollo de la sociedad de consumo, los modelos de consumo, y los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores.<br>Conocimiento de algunos movimientos de consumidores y de consumo crítico, y la influencia del consumo en las sociedades actuales desde una perspectiva sociológica | | | | |

| Competencias / Resultados del título | |
|---|---|
| Código | Competencias / Resultados del título |
| A18 | Interpretar datos e indicadores socioeconómicos. |
| A35 | Análisis crítico de las decisiones emanadas de los agentes que participan en las relaciones laborales. |
| B2 | Capacidad de análisis y síntesis. |
| B8 | Razonamiento crítico. |
| B9 | Trabajo en equipos. |
| B14 | Aprendizaje autónomo. |
| B15 | Creatividad. |
| B17 | Sensibilidad hacia temas medioambientales. |
| C1 | Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. |
| C4 | Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. |
| C6 | Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. |

| Resultados de aprendizaje | | | |
|---|---|---|---|
| Resultados de aprendizaje | Competencias / Resultados del título | | |
| Conocimiento de la perspectiva sociológica sobre el trabajo y las organizaciones | A18<br>A35 | B2<br>B8<br>B9<br>B14<br>B15<br>B17 | C1<br>C4<br>C6 |

| Contenidos | |
|---|---|
| Tema | Subtema |
| 1. Inicios y desarrollo de la sociedad de consumo | - Del capitalismo de producción al capitalismo de consumo<br>- La soberanía del consumidor<br>- Las motivaciones culturales del consumo<br>- Necesidades y deseos |

| | |
|---|---|
| 2. La sociedad de consumo en España | - Modelo prefordista y de consumo de elite<br>- El subconsumo de la autarquía franquista<br>- El modelo fordista en la década de 1960 |
| 3. Modelos de consumo y comportamiento del consumidor | - De la producción de bienes a la producción de marcas<br>- Consumo de marcas y consumo de bajo coste<br>- La influencia en el trabajo de los nuevos modelos de consumo |
| 4. Publicidad, medios de comunicación y consumo | - La concentración creciente de los medios<br>- Mercantilización de los medios<br>- Características de la información |
| 5. Movimientos de consumidores y consumo crítico | - Los movimientos de consumidores en el mundo<br>- El movimiento de consumidores en España<br>- Consumo crítico<br>- Comercio justo |
| 6. El comportamiento del consumidor actual | - El comportamiento del consumidor actual<br>- Sostenibilidad y responsabilidad social de las organizaciones |

| Planificación | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Metodologías / pruebas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas trabajo autónomo | Horas totales |
| Sesión magistral | A18 B2 B8 C6 | 30 | 0 | 30 |
| Trabajos tutelados | A18 A35 B2 B8 B15 C6 | 2 | 40 | 42 |
| Lecturas | B2 B14 B17 C1 C4 C6 | 0 | 24 | 24 |
| Discusión dirigida | A35 B8 B9 B15 C1 C4 | 20 | 30 | 50 |
| Atención personalizada | | 4 | 0 | 4 |
| (*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos | | | | |

| Metodologías | |
|---|---|
| Metodologías | Descripción |
| Sesión magistral | Exposición oral del profesor de la materia de la asignatura, que puede ir acompañada de imágenes, gráficos y documentos |
| Trabajos tutelados | Estudio de algún aspecto del programa de forma más detallada a partir de la utilización de bibliografía |
| Lecturas | Con una periodicidad aproximadamente semanal los alumnos deberán leer una serie de textos, artículos o capítulos de libros, o buscar información para profundizar en algún tema, que luego se comentarán en clase en la discusión dirigida |
| Discusión dirigida | Comentario en clase por parte de los alumnos de los textos recomendados como lecturas y de la información consultada |

| Atención personalizada | |
|---|---|
| Metodologías | Descripción |
| Trabajos tutelados | La atención personalizada se hará para los trabajos tutelados, orientando a cada alumno sobre el trabajo que puede hacer, cómo hacerlo y fuentes de información a utilizar |

| Evaluación | | | |
|---|---|---|---|
| Metodologías | Competencias / Resultados | Descripción | **Calificación** |
| Trabajos tutelados | A18 A35 B2 B8 B15 C6 | Trabajo de profundización en un tema relacionado con la asignatura | 50 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Discusión dirigida | A35 B8 B9 B15 C1 C4 | Relacionada con las lecturas que los alumnos deben hacer y los comentarios que realizarán en clase | 50 |

| Observaciones evaluación |
|---|
| Los alumnos que realicen las lecturas y los trabajos semanalmente durante el curso podrán asegurarse una nota final de aprobado. El resto de la nota responderá a un trabajo de profundización, cuyas características se especificarán al inicio del curso, y que variarán según sea el tema a estudiar.<br>Quienes no quieran o no puedan realizar los trabajos semanales de clase podrán optar por hacer el examen final (tanto en junio como en julio) con la materia vista en clase (se entregarán los apuntes con esa materia de examen). |

| Fuentes de información |
|---|

| | |
|---|---|
| **Básica** | - Alfonso, Javier (2014): Mercadona, historia de un éxito, Conecta, Barcelona.- Alonso, Luis Enrique y Conde, Fernando (1994): Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo, Debate, Madrid.- Alonso, Luis Enrique (2006): La era del consumo, Siglo XXI, Madrid.- Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I. (2010): Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing, ESIC, Madrid, 6ª ed.- Babiano, José (1993): ?Las peculiaridades del fordismo español?, Cuadernos de Relaciones Laborales, nº 3, Edit. Complutense, Madrid, pp. 77- 94.- Baudrillard, Jean (2009): La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras, Siglo XXI, Madrid, 2009 (ed. original 1970).- Bauman, Zygmunt (2000): Trabajo, consumismo y nuevos pobres, Gedisa, Barcelona.- Bourdieu, Pierre (2012): La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Taurus, Madrid (1ª ed. 1979).- Bourdieu, Pierre (1997): Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona.- Campos Climent, V. y Sanchis-Palacio, J.R. (2014): El modelo Consum, una cooperativa responsable y sostenible, Vincle, Valencia.- Cantos, Eduard (1998): El porqué del comercio justo. Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas, Icaria, Barcelona.- Castells, Manuel (2009): Comunicación y poder, Alianza Editorial, Madrid.- Castillo Castillo, J. (1987): Sociedad de consumo a la española, EUDEMA, Madrid.- Centro Nuovo Modello di Sviluppo-CRIC (1997): Rebelión en la tienda. Opciones de consumo, opciones de justicia, Icaria, Barcelona.- CES (2008): Los nuevos modelos de consumo en España, Colección Informes CES, Consejo Económico y Social, Madrid.- Chomsky, N. y Herman, E. S. (2000): Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas, Crítica, Barcelona, (ed. original 1988).- Cidad, Emilio (1991): Perspectivas sobre educación del consumidor, Instituto Nacional de Consumo, Madrid.- Clark, Eric (1989): La publicidad y su poder. Las técnicas de provocación al consumo, Planeta, Barcelona.- Cortina, Adela (2002): Por una ética del consumo (La ciudadanía del consumidor en un mundo global), Taurus, Madrid.- Faure, Ignasi (ed.) (2002): Consumidores activos. Experiencias cooperativas para el siglo XXI, Icaria, Barcelona.- Gaggi, M. y Narduzzi, E. (2006): El fin de la clase media y el nacimiento de la sociedad de bajo coste, Lengua de Trapo, Madrid.- Galbraith, J. K. (1987): La sociedad opulenta, Ariel, Barcelona.- Galbraith, J. K. (2010): La cultura de la satisfacción, Ariel, Barcelona, última reed.- Galbraith, J. K. (2004): La economía del fraude inocente, Crítica, Barcelona.- Gitlin, Todd (2005): Enfermos de información, Paidós, Barcelona.- Gimeno Ullastres, J.A. (coord.) (2000): El consumo en España: un panorama general, Fundación Argentaria-Visor Dis, Madrid.- Heath, Joseph y Potter, Andrew (2005): Rebelarse vende: el negocio de la contracultura, Taurus, Madrid.- Klein, Naomi (2002): No logo. El poder de las marcas, Paidós, Barcelona.- Lipovetsky, Gilles (2007): La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo, Anagrama, Barcelona.- Ortí, Alfonso (1994): La estrategia de la oferta en la sociedad neocapitalista de consumo: Génesis y praxis de la investigación motivacional de la demanda, Política y Sociedad, n.º 16, Madrid, pp. 37-92.- Otte, Max (2010): El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana, Ariel, Barcelona.- Patel, Raj (2008): Obesos y famélicos. El impacto de la globalización en el sistema alimentario mundial, Los libros del lince, Barcelona.- Ramonet, Ignacio (1998): La tiranía de la comunicación, Debate, Madrid.- Reig, Ramón (1998): Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial, Paidós, Barcelona.- Rifkin, Jeremy (2010): El fin del trabajo, Paidós, Barcelona, reed.- Rifkin, Jeremy (2000): La era del acceso. La revolución de la nueva economía, Paidós, Barcelona.- Ritzer, George (1996): La McDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana, Ariel, Barcelona.- Ritzer, George (2000): El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo, Ariel, Barcelona.- Sartori, Giovanni (2000): Homo videns. La sociedad teledirigida, Taurus, Madrid.- Sassatelli, Roberta (2012): Consumo, cultura y sociedad, Amorrortu, Buenos Aires.- SETEM (2009): El Comercio justo en España 2008. Canales de importación y distribución, Icaria Editorial , Barcelona.- Solé Moro, Mª Luisa (1999): Los consumidores del siglo XXI, ESIC, Madrid.- VV.AA. ?Ciudadanía del consumo: hacia un consumo responsable?, Documentación Social, nº 156, enero-marzo 2010.- Veblen, Thorstein (2002): Teoría de la clase ociosa, FCE, Madrid. |
| **Complementária** | |

| **Recomendaciones** |
|---|
| **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente** |
| |

| Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente |
| --- |
| |
| Asignaturas que continúan el temario |
| |
| Otros comentarios |
| |

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías